



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

Facultad de Administración y Negocios
Carrera de Administración de Negocios
Internacionales

**“La capacidad exportadora y su relación
con la internacionalización de la empresa
de confecciones textiles P&P Arequipa,
2018.”**

Autores:

**Paul Alberto Hinojosa Alatriza
Edwin Whalmor Toledo Huillca**

Para optar el título profesional de
Licenciado en Administración de Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. Manuel Choque Riveros

Arequipa, Mayo de 2019

Dedicatoria

A mi madre Mercedes por ser la gestora e impulsadora de la presente investigación.

Bach. Edwin Whalmor Toledo Huillca.

A mis padres.

Bach. Paul Alberto Hinojosa Alatrística.

Agradecimiento

A Dios por ser el inspirador; a mi maravillosa familia sobre todo a mi madre mechita por depositar y confiar en mí, así como a todos los involucrados.

Bach. Edwin Whalmor Toledo Huillca.

A mis padres.

Bach. Paull Alberto Hinojosa Alatrística.

RESUMEN

El siguiente, es un estudio para determinar si existe relación positiva entre la capacidad exportadora y la internacionalización, como objeto de estudio se tuvo a la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018. La investigación estuvo enmarcada en un método cuantitativo fundamentada en el análisis y medición de características de fenómenos sociales, de nivel correlacional donde se pretendió hallar con objetividad, la relación de la capacidad exportadora y la internacionalización. Para la interpretación de resultados se usó una metodología descriptiva y explicativa, siendo transversal por el ámbito de levantamiento de datos en un momento del tiempo, como técnica de compilación de información haciendo el uso de la encuesta como instrumento aplicada a toda la población.

De esta manera se pudo comprobar que existe relación positiva entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018.

Palabras clave: Capacidad exportadora, internacionalización, capacidad de producto, capacidad comercial, capacidad de producción, capacidad gerencial, desarrollo exportador, entorno, características internas, características del sector, emprendimiento, recursos y capacidades, innovación.

SUMMARY

The following is a study to determine if there is a positive relationship between export capacity and internationalization, as an object of study was the textile apparel company P &P Arequipa, 2018. The research was framed in a quantitative method based on the analysis and measurement of characteristics of social phenomena, correlational level where it was intended to find objectivity, the relationship of export capacity and internationalization. For the interpretation of results, a descriptive and explanatory methodology was used, being transversal through the field of data collection in a moment of time, as a technique of compilation of information making the use of the survey as an instrument applied to the whole population. In this way it was possible to verify that there is a positive relationship between the export capacity and the internationalization of the textile apparel company P& P Arequipa, 2018.

Key words: Export capacity, internationalization, product capacity, commercial capacity, production capacity, managerial capacity, development exporter, environment, internal characteristics, characteristics of the sector, entrepreneurship, resources and capabilities, innovation.

ÍNDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	v
Summary	vi
Índice de figuras	x
Índice de tablas.....	xi
Introducción	xiii
Capítulo 1	1
Problema de la investigación	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Limitaciones de la investigación.....	7
Capítulo 2	8
Marco teórico.....	8
2.1 Antecedentes del estudio.....	8
2.2 Bases teóricas	15
2.3 Estado del arte.....	47
2.4 Hipótesis de la investigación	49
2.5 Variables de estudio	50

Capítulo 3	52
Metodología de la investigación	52
3.1 Tipo y nivel de investigación	52
3.2 Descripción del ámbito de la investigación.....	53
3.3 Población y muestra.....	53
3.4 Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos.....	54
3.5 Valides y confiabilidad de recolección de datos	54
3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos	55
Capítulo 4	56
Resultados de la investigación.....	56
4.1 Confiabilidad	56
4.2 Resultados de la estadística descriptiva.....	58
4.3 Prueba de normalidad.....	71
4.4 Contrastación de la hipótesis	71
Capítulo 5	84
Discusión de resultados.....	84
5.1 Discusiones	84
Conclusiones	88
Recomendaciones	93
ANEXOS.....	97
Anexo 1. Instrumento recolección de datos	97
Anexo 2 Validaciones del instrumento	102
Anexo 3 Confiabilidades de la variable capacidad exportadora.....	111
Resumen de procesamiento de datos.....	111

Anexo 4 Confiabilidades de la variable internacionalización	112
Resumen de procesamiento de datos.....	112
Resultados por pregunta.....	113
Anexo 5 Hojas de acumulación de datos de la variable capacidad exportadora.....	150
Anexo 6 Hojas de acumulación de datos de la variable internacionalización	151
Anexo 7 Matriz de consistencia	152
Anexo 8 Carta de compromiso de la empresa	153
Bibliografía.....	154

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Capacidad exportadora.	17
Figura 2.Desarrollo de producto.	21
Figura 3.Capacidad productiva.	24
Figura 4.Capacidad comercial	27
Figura 5.Capacidad gerencial.....	32
Figura 6.Internacionalización.....	34
Figura 7.Desarrollo exportador	36
Figura 8.Características del entorno.....	38
Figura 9.Características internas.....	40
Figura 10.Características sector	41
Figura 11.Características del emprendedor.....	44
Figura 12.Recursos y capacidades.....	46
Figura 13.Innovación.....	47
Figura 14. Niveles de la variable capacidad exportadora.....	58
Figura 15. Niveles de la dimensión capacidad del producto.	59
Figura 16. Niveles de la dimensión capacidad productiva.....	60
Figura 17. Niveles de la dimensión capacidad comercial.....	61
Figura 18. Niveles de la dimensión capacidad gerencial	62
Figura 19. Niveles de la variable internacionalización.....	63
Figura 20. Niveles de la dimensión desarrollo exportador.....	64
Figura 21. Niveles de la dimensión características del entorno.....	65
Figura 22. Niveles de la dimensión características internas.....	66
Figura 23. Niveles de la dimensión características del sector	67
Figura 24. Niveles de la dimensión características del emprendedor.....	68
Figura 25. Niveles de la dimensión recursos y capacidades.	69
Figura 26. Niveles de la dimensión de innovación	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del emprendedor	42
Tabla 2. Operacionalización de las variables.....	51
Tabla 3. Nivel de confiabilidad de las variables capacidad exportadora e internacionalización	56
Tabla 4. Nivel de confiabilidad del instrumento para la variable capacidad exportadora.	57
Tabla 5. Nivel de confiabilidad del instrumento para la variable internacionalización ...	57
Tabla 6. Distribución de datos de la variable capacidad exportadora	58
Tabla 7. Distribución de datos para la dimensión capacidad del producto	59
Tabla 8. Distribución de datos para la dimensión capacidad productiva.	60
Tabla 9. Distribución de datos para la dimensión capacidad comercial	61
Tabla 10. Distribución de datos para la dimensión capacidad gerencial	62
Tabla 11. Distribución de datos de la variable internacionalización.....	63
Tabla 12. Distribución de datos para la dimensión desarrollo exportador	64
Tabla 13. Distribución de datos de la dimensión características del entorno.	65
Tabla 14. Distribución de datos de la dimensión características internas	66
Tabla 15. Distribución de datos de la dimensión características del sector.....	67
Tabla 16. Distribución de datos de la dimensión características del emprendedor.	68
Tabla 17. Distribución de datos de la dimensión recursos y capacidades.....	69
Tabla 18. Distribución de datos de la dimensión de innovación	70
Tabla 19. Pruebas de normalidad.....	71
Tabla 20. Prueba de correlación según R-Pearson entre la variable capacidad exportadora y la variable internacionalización	72
Tabla 21. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión desarrollo exportador	73

Tabla 22. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características del entorno	74
Tabla 23. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características internas.	75
Tabla 24. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión característica internas.....	76
Tabla 25. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características del emprendedor	77
Tabla 26. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión recursos-capacidades.....	78
Tabla 27. Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión innovación.	79
Tabla 28. Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad de producto y la variable internacionalización	80
Tabla 29. Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad productiva y la variable internacionalización	81
Tabla 30. Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad comercial y la variable internacionalización	82
Tabla 31. Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad gerencial y la variable internacionalización	83

INTRODUCCIÓN

El tema “La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018” se desarrolla la documentación e investigación necesaria sobre la capacidad exportadora en sus dimensiones: producto, productiva, comercial, ventas y gerencial para una adecuada internacionalización de la organización.

La empresa P&P es una empresa arequipeña del sector textil que tiene potencial exportador y capacidad de internacionalizarse, sin embargo, no existe una relación adecuada entre la capacidad exportadora y la internacionalización esto debido a una falta de análisis interna y externa a nivel empresa y selección de mercado meta.

Motivo por el cual se desarrolla la investigación para satisfacer las necesidades internas empresariales a nivel: producto, productividad, comercial y gerencial y externas a nivel del cliente (importador) a nivel de producto, mercado, precio, económico.

El fin de la reciente búsqueda es distinguir el vínculo entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P que permita la adecuada inserción al mercado internacional con capacidad de sostenibilidad en un mercado competitivo.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

La actual tendencia de un mundo globalizado, que envolvió e incluyó a casi la totalidad de países hace varios años, en un mercado tan grande y a la vez tan competitivo, ha hecho que las empresas locales de todo el mundo se planteen la idea de si están preparadas o no, para afrontar tal competencia, y no solo eso, sino que se han planteado la idea de internacionalización.

El Perú no es ajeno a tal fenómeno, todo lo contrario, gracias a políticas económicas nacionales impulsadas por autoridades comprometidas con el desarrollo de la nación, se ha podido incluir al país en los negocios internacionales. Principales acciones son las de los Tratado de Libre Comercio (TLC) concretados con grandes mercados y potencias económicas, sumados los que vienen siguiendo esta misma línea. La apertura del mercado peruano a inversiones privadas internacionales ha generado el crecimiento constante del Producto Bruto Interno (PBI), no solamente la apertura, así como también el fomento que se ha hecho al respecto, impulsando nuevas políticas económicas que atraigan poderosos intereses internacionales.

Es así que la internacionalización ha sido en ambos sentidos, la retroalimentación ha sido mayor para el lado nacional, llamando la atención de empresarios locales aptos y

ávidos de incrementar los beneficios económicos de sus negocios, primero haciendo una correcta gestión del conocimiento obtenido y encaminarlo hacia el éxito empresarial, siendo que el éxito en una internacionalización de una empresa dependa, principalmente, de una correcta y adecuada evaluación del talento de sus capacidades exportadoras, posteriormente llevar un viaje apropiado a los mercados externos.

La empresa debe poder gestionar ese conocimiento, adquirir y transferir información gracias a las experiencias aprendidas durante el desarrollo de una actividad empresarial; es así que ahora existen diversas teorías de internacionalización, estudios de mercado, marketing internacional, así como otras formas de poder lograr vender productos y servicios fuera del territorio nacional. Se cuenta con bastante información al alcance de todos, pero no siempre se está en la capacidad de usar adecuadamente dicha información.

Según una investigación realizada por El Comercio (2014) en el Perú el 80% de empresas locales fracasa en el segundo año de su fundación, recalcando que la capacitación es de vital importancia para que ello no suceda, ya que el 94% de empresarios tienen microempresas y muchos de ellos son empíricos e informales. Es decir, la toma de decisiones las hace según lo que saben y lo que presienten, no hay una correcta gestión del conocimiento.

Muchas veces la voluntad, el afán y la esperanza de un futuro mejor de la empresa, hacen que se tomen decisiones erradas, o fuera de tiempo y lugar, por la falta de capacidad de usar adecuadamente la información disponible, o la incapacidad de autoanálisis, de poder mirar hacia dentro de la empresa de manera objetiva determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo cual podría llevar al fracaso. La presente investigación está enfocada en la empresa P&P que pertenece al sector textil, la empresa está dedicada a confeccionar tejidos y artesanía de punto de lana de alpaca, la empresa se sitúa dentro del distrito de Paucarpata de la localidad de Arequipa, cuenta con 30 trabajadores, entre ellos un gerente general, un gerente

comercial, uno productivo, uno de abastecimiento y veintiséis (26) operarios quienes se ocupan a confeccionar prendas textiles.

La empresa busca determinar objetivamente sus capacidades exportadoras y de qué forma éstas se relacionan con la internacionalización, así poder corregir sus debilidades, minimizar las amenazas, potenciar sus fortalezas y aprovechar sus oportunidades, todo ello acrecentará su intervención en el mercado extranjero y sumará sus beneficios.

Las gerencias deben tener la toda la información posible y la más relevante para poder tomar la decisión de internacionalizarse mediante la exportación, con base objetiva y fundamentos estratégicos sostenibles, evaluar si se tiene la capacidad exportadora para poder concretar una internacionalización exitosa.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Pregunta general

¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?

1.2.2 Pregunta específica

Pe1.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe2.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe3.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe4.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe5.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe6.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe7.- ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe8.- ¿Qué relación existe entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe9.- ¿Qué relación existe entre la capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe10.- ¿Qué relación existe entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?

Pe11.- ¿Qué relación existe entre la capacidad gerencial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivos generales

Determinar la relación entre la capacidad exportadora y la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Oe1.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P.

Oe2.- Hallar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Oe3.- Precisar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Oe4.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018.

- Oe5.- Hallar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe6.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe7.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe9.- Hallar la relación que existe entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe9.- Hallar la relación que existe entre la capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe10.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.
- Oe11.- Encontrar la relación que existe entre la capacidad gerencial y la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

1.4 Justificación de la investigación

Conscientes de la envergadura y exploración universitaria, la preponderancia que debe tomar respecto a la generación de bienestar y desarrollo en nuestra sociedad, se cree oportuno realizar un correcto análisis de la capacidad exportadora, evaluando variables, dimensiones de una empresa como modelo que incrementará las probabilidades de éxito y sostenibilidad en la internacionalización, no sin antes, servir como una adecuada base que determine el ingreso a mercados potenciales.

La globalización ha hecho que todos nos veamos incluidos de una u otra forma dentro de la “aldea global”, sea como clientes o en el caso empresarial como competidores nuevos. Como clientes es un poco más sencillo y muchas veces beneficioso, se tiene al alcance de la mano productos o servicios que antes no imaginábamos poder acceder, o en todo caso acceder a ellos luego de mucho tiempo de solicitarlos. En ese

sentido, Pérez indica que “desde el instante que la empresa decide iniciar el proceso de internacionalización tiene que hacerlo desde el conocimiento interno de sus posibilidades y el conocimiento del entorno competitivo de los países en los que se afrontara para el proceso de internacionalización” (Pérez, 2017).

En un mercado puramente globalizado y altamente dinámico donde los distintos actores involucrados han desarrollado estrategias, así como formas de integración como son políticos, económicos, sociales, los cuales se enfrentan a un cambio radical. La internacionalización puede constituirse como una estrategia posible y sostenible, “siendo una transición que se puede considerar una oportunidad o bien o una amenaza mucho depende del comportamiento de los actores para orientarlos al éxito” (Vargas & Hernandez, 2005).

Esto quiere decir que el mercado internacional al que se quiera apuntar e ingresar, por naturaleza está en constante movimiento, donde los involucrados hasta el momento se han encontrado en la necesidad de desarrollar estrategias y formas de integrarse en los diferentes ámbitos del mercado. Todo esto puede suponer una amenaza o debilidad, o si se orienta adecuadamente al éxito el comportamiento de la empresa puede significar una gran oportunidad y fortaleza.

1.4.1 Justificación teórica

La actual indagación rebusca incrementar y aportar reportes sobre el nexo entre las variables capacidad exportadora y la internacionalización, es decir se evaluó la capacidad exportadora de la empresa P&P en la ciudad de Arequipa y como ella se relaciona con la globalización, tomando como modelo y caso de estudio empresarial analizando las capacidades internas y externas.

1.4.2 Justificación metodológica

Según Hernández, Fernández & Baptista, plantean la utilidad metodológica que debe justificar una investigación, la cual debe, entre otras, contribuir a la aclaración de la variable o nexo a través de variables (2014).

Respondiendo a esta interrogante, la presente investigación busca contribuir información a la definición de la relación de dos variables imprescindibles para que una empresa pueda participar del fenómeno globalización, como son la capacidad exportadora y la internacionalización.

1.4.3 Justificación práctica

El desenlace obtenido de la exploración, podrá enfocarse directamente la empresa objeto de estudio, pudiendo determinar las capacidades con las que cuenta y se está internacionalizando, es así que se podrá obtener información sobre las capacidades más relevantes y que influyen directamente en el éxito exportador, para poder potenciarlas o corregirlas, brindar a la empresa la oportunidad de invertir en estas capacidades e incrementar sus beneficios provenientes de la internacionalización.

1.5 Limitaciones de la investigación

Según la magnitud de la señal, el presente suceso de búsqueda fue reducida lo cual significo una limitante para poder establecer relaciones significativas basados en los datos obtenidos, ya que, según el registro para una adecuada distinción, es necesario una muestra de mayor tamaño que permita afirmar una distribución representativa sobre la población. El sector de aprendizaje y la peculiaridad de las PYMES exportadoras que se tienen en la ciudad cuentan con similitudes por tanto puede ser considerado como un modelo empresarial.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

El estudio de las variables antes mencionadas, no son recientes, sino que son de larga data, lo importante que éstas resultan para el éxito de una empresa en su afán de internacionalización, han hecho que su estudio haya sido profuso y continuo, aportando información basta y diversa. Sean, estudios sobre una de las variables o sobre ambas. Es así que la presente investigación, ha recopilado algunos de ellos, que para los autores son los más representativos y oportunos, ya que sirven como base de estudio, como ejemplo por la metodología y objetivos logrados, tanto a nivel internacional, nacional y local.

2.1.1 Antecedentes internacionales

La exploración de Restrepo & Venegas (2014) "Internacionalización de las PYME'S: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa". Buscaron analizar en las empresas la capacidad de internacionalización para poder crear las estrategias y poder ser partícipes de la globalización adecuadamente. En su trabajo utilizaron el sistema de inferencia difuso, lo cual les permitió el análisis de los factores determinantes en una internacionalización exitosa. Utilizaron variables lingüísticas, tomadas de empresarios, gente experta

e investigadora en el tema, definiendo los factores que exponen la capacidad de internacionalización. La investigación fue aplicada en un clúster textil de Medellín, Colombia. Obtuvieron como resultado un índice de 26.7% en su capacidad interna para iniciar una internacionalización, lo cual asevera su hipótesis inicial, de que no dispone de las capacidades adecuadas para iniciar dicho proceso de internacionalización, por otro lado, aportaron información importante sobre los factores y variables en los que la organización debe poner empeño para mejorar la extensión interna de internacionalización.

Para el caso venezolano Stefan (2013) en su estudio “Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME’S en Venezuela” propuso como objetivo la elaboración de un modelo basado en el análisis de variables propuestas de empresarios que sirva para medir la capacidad exportadora de las PYME’S venezolanas. Se basaron el enfoque del modelo Uppsala, analizando las bases teóricas del proceso de internacionalización, tomando como destacados a los recursos que hacen posible el éxito de dicha internacionalización.

El autor de la investigación convoco a un focus group entre empresarios de las PYME’S de diferentes rubros, los cuales propusieron las variables más relevantes para que una empresa tenga éxito en su internacionalización. Stefan elabora una matriz para posteriormente ser evaluada en una encuesta por otros empresarios, asignándoles puntajes y finalmente obteniendo sus resultados, que también fueron validados aplicando nuevamente la encuesta a otros empresarios.

Obtuvo como resultado un nivel bajo en capacidad gerencial, lo cual, indica el autor, lleva a niveles bajos en las otras variables analizadas, ya que una gerencia que tiene problemas para la gestión de la organización, difícilmente podrá mejorar en otros aspectos como producción, o comercialización.

En el caso español, la investigación de Gonzales & Puig (2015) “Retos en la internacionalización y supervivencia de los nuevos emprendimientos manufactureros”, plantearon como objetivo el análisis de cómo se relaciona la orientación internacional con la supervivencia de organizaciones empresariales de manufactura creadas en los últimos años. Analizaron casi tres mil (3000) empresas textiles nuevas, constituidas entre el año 2001 y 2010 en España. Los autores obtuvieron como resultados que la internacionalización es una estrategia necesaria y no suficiente para poder sobrevivir en el dinamismo del sector en que se desenvuelven. Las nuevas empresas textiles con un valor añadido tienen menor riesgo de desaparecer que las que solamente producen sin añadirle valor, es por ello que los autores de dicha investigación sugieren que la empresa tenga una estrategia que contemple el valor añadido a sus productos para hacerlos más competitivos y menos propensos a quebrar.

De acuerdo con los investigadores Ladino, Ruiz & Rodríguez (2016) en su investigación “Estrategias para la internacionalización del clúster del sector textil-confección de Bogotá: una perspectiva desde la localidad de Puente Aranda” teniendo como objetivo impulsar la internacionalización del sector textil-confección de Bogotá, mediante el impulso de estrategias como asociatividad, mejoramiento de políticas de la industria de la ciudad.

Conforme con los investigadores Barbón & Martínez (2017) en su trabajo “Estrategias de internacionalización para PYME’S bogotanas del barrio las ferias dedicadas al comercio textil a través del e-commerce”. Plantearon como objetivo del trabajo, diseñar estrategias para el comercio de sus productos a través de internet usando las herramientas que la nueva tecnología les brinda y no quedar en gran desventaja con las grandes empresas. El e-commerce se ha convertido en una de las principales herramientas que ha permitido al mundo entero poder

superar las fronteras geográficas, y esta investigación propone escoger las herramientas más pertinentes y oportunas para el sector en mención.

Para la definición de las variables estratégicas utilizaron un método descriptivo con enfoque cualitativo el cual se realizó con una serie de encuestas a comerciantes y clientes del sector textil en el barrio las ferias de Bogotá, esto les permitió encontrar el nivel de conocimiento y experiencia que han tenido estas personas con base en el e-commerce; las preguntas se basaron en herramientas de comercio electrónico como las redes sociales, plataformas de ventas digitales y medios de pago electrónicos entre otros. Siendo así que el proyecto de investigación se convirtió en un instrumento académico para categorizar el uso y manejo de las plataformas virtuales y la utilidad en el desarrollo del ejercicio comercial y establecer escenarios estratégicos para fortalecer la industria textil de la ciudad de Bogotá.

2.1.2 Antecedentes nacionales

De acuerdo con Monzón & Yaipén (2015) en su investigación “Propuesta de un modelo de éxito de gestión de calidad para las medianas empresas del sector textil confecciones en Lima basado en la consolidación de buenas prácticas de ingeniería industrial y el dirección de gestión por secuencias basadas en los conceptos del modelo EFGM y los instrumentos estadísticos del Six Sigma”. Mencionan que las escalas de competencia existentes en las empresas medianas específicamente del sector textil-confecciones permite que tengan que conseguir sobre todo mantener un nivel de calidad excelente en sus productos. Para lograrlo, no solo es necesario tomar lo obtenido del producto final, si no, es primordial gestionar la calidad desde el principio de la producción, así como en todos y cada uno de los niveles de la empresa que a su vez involucren en este, si no que enfocan también en los procesos de soporte encargados del control, planeación y la mejora en cuanto a la calidad de procedimientos que están

concatenados con el proceso de producción. así mismo como verificar la excelencia a partir del ingreso de la materia prima hasta la salida o la obtención del producto final entregado al cliente, cumpliendo con el objetivo de satisfacer la necesidad requerida del cliente.

Conforme con Sucso (2016) en su trabajo “Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la región de Tacna periodo 2013-2014”, nos da a entender que hay factores que intervienen directamente hacia las exportaciones del sector textil en la región de Tacna , obtenido la data genera durante la investigación, y como la muestra lo menciona, que nos permite entender la existencia de elementos ajenos que actúan como variable para lograr el éxito en las exportaciones en dicho sector, lo cual nos da a conocer que la comunidad exportadora textil se ve afectado directamente al volumen de sus exportaciones textiles .

Acorde con Facho (2017) en su trabajo “Mejora de procesos en una empresa textil exportadora mediante la metodología Six Sigma”. Nos da a conocer que hay empresas que aplicaron el sistema Six Sigma y por lo cual fueron compensados con la disminución de costes operacionales y variables defectuosos ,se incrementó los beneficios económicos, hubo mejora en cultura y clima organizacional sobre todo un excelente resultado en la calidad del producto final, desarrollando las 5 (cinco) facetas que tienen por nombre: analizar ,medir, definir, mejorar y sobre todo controlar la ejecución por parte de la organización textil exportadora con la finalidad de mejora de sus procesos de producción.

De acuerdo con Estrada & Chamay (2017) en su trabajo “Estudio sobre las oportunidades para comercializar prendas de vestir de algodón nativo”. Donde se demostró que se pueden generar oportunidades de negocio en la comercialización de prendas de vestir de algodón nativo. Menciona que es

factible la existencia de oportunidades para la comercialización de las prendas de algodón nativo y recomendaron que los productores deben animarse a entrar en este negocio en un futuro ya que hay muy buenas oportunidades con pronóstico de crecimiento del sector textil.

Conforme con Arbieta Aparcana & Palma Gutiérrez (2016) en su trabajo “La creación de marca en las PYME’S textiles peruanas”, tuvo como su objetivo señalar el estado de las PYME’S textiles peruanas donde definen si la creación de marca es fundamental para conservar la permanencia de las exportaciones de prendas a base de algodón. Busca agrupar, ordenar y seleccionar la data obtenida de fuentes directas; el desarrollo de la marca es significativo que permite la sostenibilidad de las exportaciones de prendas a base de algodón lo cual ayuda a la diferenciación dentro del mercado internacional ya que genera un valor agregado al producto final, así mismo permite incrementar la utilidad y porcentaje de participación dentro del mercado global.

2.1.3 Antecedentes locales

Conforme con Beltrán (2016) en su trabajo “Plan de negocios para la comercialización de prendas exclusivas de alpaca y vicuña en el mercado de Chile”. Que tiene por nombre estrategia de internacionalización de la marca Sol alpaca, como objetivo indica que dicha marca tiene como finalidad replicar el comportamiento mediante la internacionalización en la región, como inicio dentro del mercado chileno, aplicando un método adecuado en cuanto a procesos de internacionalización de la marca Sol Alpaca, el desenvolvimiento dentro del mercado chileno, plantea, será conducida por una organización que ayude a alcanzar los metas comerciales sobre todo gestionar con eficiencia la operación y control en tiendas , logrando y asegurando el logro del modelo de negocio.

Según indica Choque (2017) en su investigación “Análisis de la aplicación de mecanismos de promoción de comercio exterior para las empresas del sector

textil en la Región Arequipa 2010-2015”, esta investigación se hizo con el objetivo encontrar la existencia de mecanismos de difusión del comercio exterior para las organizaciones del sector textil de la región de Arequipa, los organismos gubernamentales así como el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), la superintendencia nacional de administración tributaria , y el ministerio de comercio exterior y turismo(MINCETUR) llevan induciendo el crecimiento de las exportaciones e implementado instrumentos que apoyen a las organizaciones peruanas a lograr sus objetivos dentro del marco de la internacionalización generando exportaciones con valor añadido , con finalidades de poder lograr mayor crecimiento económico , mejorar la productividad , así como mayor empleo sobre todo atraer nuevas inversiones.

Menciona Menendez (2015) en su trabajo “Propuesta de estrategias competitivas de internacionalización, basada en el análisis estratégico de la empresa AIQU EXPORT S.A.C. Arequipa 2015”, que opto con la finalidad de conseguir un estudio importante para la internacionalización, para ello se presenta propuestas estratégicas con alcances positivos que mediante su aplicación se logre el éxito de la internacionalización.

Conforme con Choque, A. (2017) en su trabajo “Modelo de gestión estratégica a través del balanced scorecard en una empresa textil de la región Arequipa”, indica que las empresas que afrontan los cambio constantes suscitados en la actualidad, tienen la obligación de analizar una evaluación completa sobre su gestión estratégica con la finalidad de implementar actividades correctivas que ayude a optimizar sus actividades , lo cual da a conocer que no basta con depender de ello mucho menos solo de la parte operativa, funciones especializadas o económicas de escala que genere ventajas competitivas sostenibles, dentro del sector industrial , fundamentalmente dentro del sector textil peruano forma parte de la dinámica crucial e influyente en la economía, es

generadora de mano de obra , muy potencial e atractivo para nuevos mercados que a su vez viene siendo impulsado por nuevos acuerdos comerciales que además de eso cuenta con ventajas comparativas tales como la calidad.

Conforme con acuerdo con Huanca (2016) en su investigación “Estudio del marketing de la producción, usando las tecnologías de la información y comunicaciones, para obtener ventajas competitivas en las PYME’S de productos textiles del mercado San Camilo, Arequipa, 2016”, donde su objetivo fue la de señalar en qué estado se encuentran las PYME’S y cuál es la probabilidad de integrarse al tratado de libre comercio (TLC). Se ha cotejado que la productividad con procesos tradicionales puede considerarse de alguna manera adecuada, debe considerarse lo relacionado con la competitividad de las PYME’S textiles del mercado San Camilo de la ciudad de Arequipa, porque de esta forma va ir en aumento la familiaridad e identificación con la empresa textil, básicamente mejorando la venta de los productos textiles, lo que va a conllevar el incremento de la productividad. Bases teóricas

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Capacidad exportadora

La capacidad exportadora es un atributo que tiene una organización empresarial para realizar la exportación potenciando sus fortalezas para aprovechar sus oportunidades para poder contrarrestar sus debilidades y amenazas, aumentando sus beneficios (Munarriz, 2017).

También es, según Rayon, la postura de la organización empresarial para rastrear y encontrar la eminencia e implicar a toda la empresa, poder empezar con mercados más accesibles, así como menos costosos para incrementar dicha experiencia y proyectarse a mercados más complicados, pero también más atractivos (Rayon, 2015).

La capacidad exportadora son un conglomerado de elementos que restringen la firmeza de la organización empresarial al momento de facturar, incita a que las organizaciones empresariales que tienen como base sus recursos y capacidades, tienen mayores oportunidades en el entorno (Correa, Caycedo, & Galviz, 2017).

La capacidad exportadora son las variables que favorecen a la inserción internacional, considerados por la organización empresarial, dependiendo según su orientación gerencial y visión corporativa ajustables a la capacidad exportadora para elaborar productos a nivel de exportación (Valero, Rodenes, & Rueda, 2016).

Por otro lado, Rosas considera que la capacidad exportadora son los recursos con los que cuenta una organización empresarial para comercializar sus productos en un mercado internacional y así poder expandirse a un mercado más amplio. El conocer estas capacidades exportadoras internas dará a saber a la empresa sus condiciones actuales para la exportación y si requieren mejoras o ampliar ciertos aspectos (Rosas, 2016).

La capacidad exportadora es la suma de los siguientes elementos como el diseño, la programación, producción, comunicación, empaque, envíos y administración, que permiten acceder a información suficiente y oportuna para ser competitivos con productos o servicios en calidad y precio (Mincetur, 2015).

En lo mencionado con anterioridad la capacidad exportadora mide los niveles de análisis en que una empresa se encuentra y las características directas en cuanto a sus pilares fundamentales como capacidades para internacionalizarse. Más allá de exportar un producto, en mayor medida la firma empresarial exporta sus capacidades como empresa como innovación, proyección, producción, empaque, organización, atención al cliente y sobre todo trabajar con el cliente siendo la información oportuna ayude a tomar decisiones correctas.

Para la consideración de las dimensiones de la variable independiente capacidad exportadora, luego de revisar diversa bibliografía sobre otros modelos de internacionalización como son el modelo de Yang (1992), donde toca el tema de internacionalización por medio de su extensión de productos, diversidad en la distribución, calidad de bienes y servicios, tecnología empresarial y costos. Explica la toma de decisiones respecto al inicio de actividades, pero no pasar a otros niveles en el proceso internacionalizador. Se considera que solamente explica el inicio de operación de las actividades empresariales mas no la posibilidad de desarrollar otros niveles de la internacionalización. Otra investigación estudiada fue la de Aaby y Slater, (1993) donde consideran las capacidades competitivas como efectos de la internacionalización, en lugar de proponerlas como determinantes de su éxito. Esta investigación se basó en el estudio realizado por Stefan, (2013) “Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las pymes en Venezuela”, donde el autor propone un modelo para intentar medir las capacidades exportadoras de las PYME’S antes de iniciar la internacionalización. Lo que, en consideración de los autores de la presente investigación es pertinente a lo que se pretende conseguir, a continuación, planteamos dichas dimensiones a estudiar.



Figura 1.Capacidad exportadora.
Fuente: Elaboración propia.

2.2.2 Capacidad del producto

Antiguamente casi la única característica que importaba a la hora de adquirir un producto era el precio, para las empresas los clientes eran básicos y fáciles de entender, asumían que brindándoles un producto a menor precio que la competencia ya tenía asegurada la venta, y tal vez fue así por mucho tiempo.

En este sentido, el razonamiento al respecto durante el siglo pasado era simple y centrado en el precio como característica principal para comprar o no un producto (Giraldo & Otero, 2017)

Al no tener claro el cliente sobre lo que quería realmente, ya sea porque no se tenía la información suficiente sobre el producto, por ejemplo, no tenían la descripción completa en su etiquetado como ahora, o porque simplemente eran productos básicos y genéricos, es decir que todas las empresas los producían casi igual, lo más determinante para el consumidor al momento de adquirir un bien o servicio era su precio.

Las empresas se concentraron en la máxima eficiencia en sus procesos productivos para reducir lo más posible su tarifa de elaboración y por ende su coste al consumidor, ya que el cliente se fijaba más en la cantidad que podía adquirir que en la calidad, de eso se trataba la competencia empresarial en ese entonces (Valdés, 2002)

La actualidad viene cargada de variaciones respecto al siglo anterior, viene incorporada por el concepto un poco más claro de globalización. Al tener una mayor oferta, el cliente ve diversificada su opción de compra, puede comparar, puede analizar, puede evaluar antes de comprar.

Según Pérez & Pérez, y “de acuerdo con la definición del profesor Santesmases, un producto es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad”. Esto quiere decir que la calificación de producto está basada más en las carencias de los

consumidores que en sus propias características como producto (Perez & Perez, 2006).

En el siglo XXI, la forma de comercialización y mercadeo considera al usuario como un ser más difícil al momento de tomar su determinación , a su vez este consumidor considera más sus requisitos y anhelo , así de como complacer, beneficiado de una propuesta universal que supera con amplitud a la demanda (Giraldo & Otero, 2017).

El comprador tiene al alcance de la mano mucha información sobre el producto que le ofrecen, no se basa en el precio solamente, ya que la oferta de productos parecidos, pero no iguales, van ajustándose a lo que quiere según vaya analizando más en profundidad, busca un producto lo más personalizado que pueda, un cliente más complejo es lo que es, y necesita que el producto se ajuste a él, y no él al producto.

Una característica importante en los productos es su diseño, el cual puede aportar a conseguir ventajas competitivas a través de la materialización de las estrategias en sus propios productos y servicios. Esta forma de diseño resultará más eficiente si al momento de su realización se considera equipos interdisciplinarios, que genere el complemento adecuado entre sus miembros buscando la sinergia que mejore sus resultados (Ramirez, 2011).

No basta con querer lanzar al mercado un producto que la empresa le parezca bueno, en la actualidad se tiene que usar la información disponible, si no se dispone de ella, buscar la forma de obtener esa información.

La metodología del diseño comienza con la investigación concebida por una necesidad manifiesta que se satisface por medio de un tangible o intangible. Luego, en las posteriores etapas se consideran el desarrollo y su producción, para finalizar con la entrega al consumidor (Ramirez, 2011).

Si se quiere tener éxito con un determinado producto, y más aún en su internacionalización, se tiene que ser competitivo, obtener un producto bueno y lanzarlo al mercado no es suficiente.

La innovación, entre otros elementos, conlleva a la competitividad; la capacidad de innovación se relaciona directamente con la información que se gestione en y cantidad, generar una comunión entre personas de diferentes disciplinas en el proyecto, maximiza el resultado de la innovación, debido a que desde diferentes puntos de vista y concepciones, permite tomar decisiones oportunas y acertadas (Ramirez, 2011).

En este aspecto, también se incluye la capacidad gerencial, ya que de acuerdo a la estrategia empresarial que se formule, va a depender el desarrollo del producto. El producto no es más que el resultado de lo que se busca ofrecer en el nicho de mercado previamente analizado. La multiplicidad de áreas involucradas es factor positivo en la innovación tanto del producto como en los procesos empresariales, aportando cada uno diferentes puntos de vista para su desarrollo, apreciaciones distintas que contribuyen a implementar novedades que funcionen y prevean la dinámica del mercado.

- En el presente estudio pretende determinar la capacidad del producto exportado, y dentro de ello el indicador de cantidad de productos demandados, es así que al definir el concepto de demanda según Kinneer y Taylor (2000), “la demanda de un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de consumidores en un periodo y área geográfica determinados, considerando las estrategias de marketing en el entorno correspondiente”.
- Para el concepto de adaptación del mercado, según Cavusgil, Shaoming & Naidu (1993) indican que “la adaptación del producto al mercado, es el grado en que se diferencia en los distintos mercados extranjeros, es decir la capacidad de la empresa de modificarlos y adaptarlos”.

- Sobre el registro de marca, Corral (2011) indica que “la mayor parte de las legislaciones han optado por definir el bien inmaterial -la marca- objeto de protección. Definen las marcas como signos distintivos o medios que permiten distinguir productos o servicios de otros similares”. Considera también que la única forma de que el titular del signo o marca adquiera los derechos correspondientes, es registrando tal marca o signo ante el organismo nacional correspondiente.

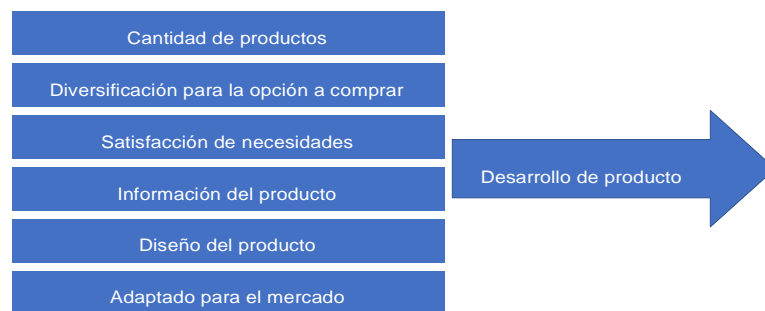


Figura 2.Desarrollo de producto.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.3 Capacidad productiva

Una vez hecho el estudio de mercado, haber analizado a los consumidores potenciales, así como haber realizado el diseño del producto y como elaborarlo, se debe tener en cuenta en la etapa de planificación de las estrategias de la empresa, la capacidad de producción de la misma.

Una vez decidido los productos o servicios que serán ofrecidos por la empresa y como deben fabricarse, la gerencia debe planificar la extensión productiva de la firma. “La capacidad de producción es la máxima velocidad de producción de una operación, el gerente de producción debe propiciar la capacidad necesaria para satisfacer la demanda actual y futura; si no, la organización perdería oportunidades de crecimiento y de ganar beneficios” (Carro & Gonzales, 2012)

Según Heizer y Render (2009), la capacidad productiva se puede conceptualizar como el volumen de producción que se pueden almacenar, recibir o producir en una empresa en un determinado lapso de tiempo.

Un punto importante de las inversiones que se hacen en producción, reta a las empresas a maximizar la capacidad productiva; “adecuar esta capacidad productiva al comportamiento de la demanda supone considerar la evolución de esta a corto y a largo plazo, así como valorar el riesgo que puede ocasionar a las empresas el exceso de capacidad” (Carro & Gonzales, 2012)

Es así que se puede determinar lo fundamental que resulta tener las habilidades necesarias para poder calcular la capacidad de producción correcta y adecuada, todo ello en base a la información que la empresa obtenga de los estudios de mercado previamente realizados y analizados por la gerencia.

Planificar la capacidad productiva es muy importante para el triunfo a largo plazo de una empresa, un exceso de amplitud puede resultar tan perjudicial como la insuficiencia de esta. “Se requiere un método sistemático para plantear la estrategia de incrementar la producción antes que la demanda se materialice o esperar a hacerlo después, y para desarrollar una estrategia de capacidad que sea apropiada para cada situación” (Carro & Gonzales, 2012)

Se puede tener el mejor producto del mercado, el más innovador y llamativo, pero si no se puede calcular cuántos productos vender y satisfacer el volumen de la demanda a tiempo, es posible que no se llegue al éxito. Por ende, al no tener la capacidad productiva necesaria, puede resultar en fracaso, tanto por sobre producción como por insuficiencia de la misma.

Por otro lado, y a la vez muy importante en el proceso productivo o capacidad de producción de la organización, se incluye la tecnología, y para empezar a definirla Fernández y Vázquez (1996) indica que “el concepto de tecnología, esencial para entender el progreso tecnológico, es ambiguo, lo mismo ocurre con

su diferenciación de la ciencia con la que tiene muchos solapamientos y cruces”. Indica también, que antes existía la tendencia de asociar la tecnología casi totalmente a máquinas y aparatos, dejando de lado factores relacionados al conocimiento. Entonces tecnología es la aplicación del conocimiento científico u otro entendimiento llevándolos a la práctica.

Los recursos necesarios para la exportación que deben ser estimados cuidadosamente para cumplir con todas las áreas de la empresa son otro factor muy importante, ya que sin gestión financiera sería imposible que una empresa pueda producir y menos exportar.

Es importante analizar las decisiones, donde deben estar relacionadas con la estrategia y medios financieros necesarios para mantener la operatividad de la empresa, y a la vez propiciar el margen de utilidad para los accionistas (Cabrera, Fuentes, & Cerezo, 2017).

Razones para exportar de la empresa, en el enfoque de Dunning, conjuga tres elementos: poseer intangibles como la tecnología, propiedad intelectual, innovación y posicionamiento de marca, entre otros, que le dan ventaja sobre empresas de otros países. En segundo lugar, están las ventajas basadas en reducción de costos en transacción al momento de internacionalizarse. El tercer elemento está relacionado con las ventajas que ofrece el país en donde se ubican las mercancías. El modelo de Dunning indica que cada uno de estos elementos puede variar en cada caso específico (Gómez & Gonzales, 2010).

- Una estructura organizacional se conceptualiza como la relación existente de las partes de la empresa, no se ve físicamente, pero puede inferirse de las actividades y comportamiento de la empresa (Argûelles, 2007).
- “La Organización es el establecimiento de una estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de las jerarquías, la división del trabajo, la disposición, correlación y agrupación de

actividades”, todo esto con el objetivo de hacer y sintetizar las diferentes funciones del grupo del que está compuesto cualquier tipo de empresa (Franco & Torrenegra, 2009).

- La cultura organizacional de una empresa es el desenvolvimiento de habilidades necesarias para dirigir los valores, normas y creencias para entregar efectivamente un valor superior al cliente (Mazaira, Dopico, & Gonzáles, 2005).
- Este enfoque u orientación hacia el mercado, no es más que generar una cultura organizacional fijado en el consumidor, quien es finalmente el que mantiene los beneficios económicos. Poner al centro de la tormenta al cliente hace que se aprenda más de su complejidad, por lo tanto, se le conocerá más y se podrá anticipar sus intenciones de compra, si es posible, crearle nuevas necesidades.
- Sobre el control de la calidad, cuando ya se han establecido las necesidades para conseguir las metas de producción, se requiere establecer un sistema de control de las actividades productivas (Rodríguez E. , 2010).

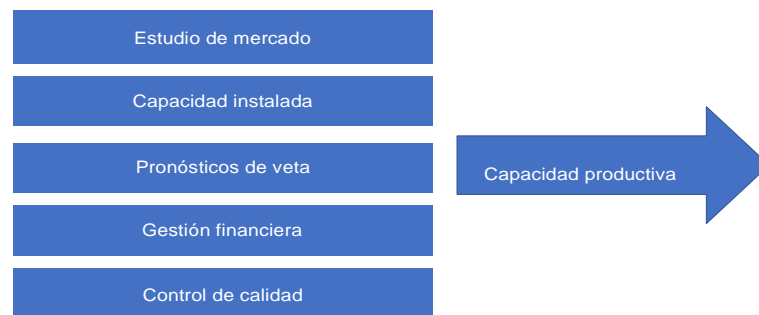


Figura 3.Capacidad productiva.
Fuente: Elaboración propia.

2.2.4 Capacidad comercial

La empresa ha calculado satisfactoriamente el volumen de producción que debe obtener para satisfacer exitosamente el volumen de la demanda, pero ¿cómo hacer para que el producto llegue al consumidor?

La empresa debe considerar dos aspectos fundamentales, identificación de mercados extranjeros para el análisis de su demanda y la distribución física internacional para poder llevar su mercancía y poder cumplir con los estándares de dichos mercados (PROMPERU Manual PLANEX, 2016).

Si no se tiene claro el mercado al que apunta la empresa, como sabrá la empresa que tipo de mercado es, que sorpresas se encontraría cuando ya ingresó, y sobre todo los peligros de la desinformación.

El mercadeo y comercialización son un proceso que integra recursos disponibles y el aprovechamiento de capacidades de la empresa relacionados con el mercado, “una de ellas está relacionada con el conocimiento de las necesidades, deseos, preferencias, tendencias y cambios en hábitos de consumo, que permite ofrecer respuestas oportunas mediante estrategias de mercadeo, tanto desde lo estratégico como desde lo operativo” (Vorhies & Harker, 1999).

Como ya se definió en párrafos anteriores, una capacidad es un conjunto de habilidades y conocimiento en un determinado ámbito de desempeño, en este caso en concreto, una capacidad de comercialización podría definirse como las habilidades y el conocimiento sobre cómo hacer llegar el producto de la empresa satisfactoriamente hasta el consumidor final.

En la misma línea, se puede definir como capacidad de marketing al “conjunto de recursos complejos y habilidades en el campo del marketing, que surgen de la integración de los conocimientos acumulados, valores, normas etc. (en coordinación con otras actividades funcionales relacionadas) que fluyen arriba y abajo en el proceso empresarial” (Touminen, Möller & Rajala, 1997).

Las capacidades son la conjunción de habilidades y conocimiento que surgen a su vez, de una educación teórica y empírica, entrelazadas fuertemente con otras actividades de la organización, es decir son habilidades y conocimientos integrales, no solamente específicos.

Por su parte Hooley, Saunders & Piercy (1998) asocia las extensiones del Marketing y comercialización en:

Capacidades estratégicas de marketing, fraccionadas en:

- Capacidad de percepción de la existencia del mercado: Es la extensión de la compañía de concebir lo que pasa a su alrededor referido a demanda, clientes, pugna y el macroentorno.
- Capacidad para distinguir el segmento justo y la posición: Es la capacidad de encontrar oportunidades de negocio, determinar el segmento apropiado y la estrategia de posicionamiento a ejecutar.

Capacidades de marketing eficaz:

- Capacidad para administrar el vínculo con los usuarios: Se refiere a la pericia de adquirir, retener, expandir y abandonar usuarios.
- Capacidad de aproximación a los usuarios: Capacidad para utilizar los apropiados medios de distribución.
- Capacidad para gestionar los artículos actuales de cara a gestar utilidad al consumidor.
- Talento para amplificar nuevos artículos.
- Capacidades de marketing eficaz: La destreza para implementar acciones de mercadeo referentes a precio, difusión, promoción de ventas, relaciones públicas y red de transacción.

Estas habilidades y conocimiento, enfocados desde los ojos de los autores mencionados, son las más próximas a lo que se busca en esta investigación, el enfoque que realizan es desde un punto de vista estratégico, es decir desde la planificación misma. El otro enfoque es funcional, esto quiere decir las habilidades necesarias para poder establecer el vínculo con el consumidor, relación que vuelve sustentable el negocio. Por último, está la parte operativa,

es decir la acción, la puesta en escena del producto en base a toda la información obtenida y analizada.

El enfoque de las empresas en producir un mayor valor para el consumidor, desenlaza en una mayor habilidad para percibir el entorno y sus dinamismos, además de generar una mayor capacidad para establecer una mejor relación con los clientes (Mazaira, Dopico, & Gonzáles, 2005)

- La inteligencia comercial, se refiere al proceso para explorar las variables del comportamiento y tendencia de la oferta, demanda, precios de productos globales o en mercados determinados. Realizar un estudio de inteligencia de mercados es un proceso muy importante, que deben realizar los propietarios que quieran incorporar o incrementar la participación de su organización en el comercio internacional (SIICEX, 2012).
- Una estrategia comercial es definida como los pasos que una organización empresarial sigue para poder lograr sus objetivos comerciales, lo cual quiere decir, para llevar sus productos a un mercado extranjero a través del marketing (Archive, 2014).



Figura 4. Capacidad comercial.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.5 Capacidad gerencial

Para poder empezar a tener una idea sobre lo que es en sí la capacidad gerencial o empresarial, debemos partir de la concepción de la idea de que es algo más general.

De las múltiples concepciones con las que el término recurso se puede definir, los autores citados al final del párrafo, se decantan por aquellas que lo asocian a cualquier entrada de que dispone la organización empresarial y que controle establemente, que consideraría a casi todos los tangibles e intangibles de la empresa que estén vinculadas permanentemente con aquella, a partir de lo dicho, la capacidad empresarial o gerencial se puede entender como la unión de recursos dirigidos a hacer una actividad (Mazaira, Dopico, & Gonzáles, 2005).

La capacidad gerencial es de vital importancia al momento de una internacionalización, la toma de decisiones respecto a involucrarse en mercados extranjeros es el primer paso para lograr con éxito ello.

Según Simmonds, un factor de los más notables en la multiplicación de las exportaciones es la visión, actitud, interés y convencimiento de los propietarios y del directorio sobre la estrategia de la exportación, sin que ello se defina claramente, sería muy difícil (Simmonds, 1968).

Esto básicamente se refiere al compromiso de la gerencia o la administración para con la organización, si no hay ese convencimiento por la estrategia de la exportación, la internacionalización va a resultar muy complicada.

Existen diversas características que marcan la pericia directiva; son características de conducta y no de personalidad ni tendencias de estilo, las habilidades de dirección son conjuntos claros de operaciones que los sujetos realizan y que conllevan a determinados objetivos y resultados (Whetten & Cameron, 2005).

Las habilidades y conocimiento, o por decirlo más concretamente, las capacidades, no son nada si no se aplican en el área que se les atribuye, si no se ejecutan no podrán terminar de desarrollarse y adaptarse. Solamente así podrán mejorar continuamente a través del nuevo aprendizaje, potenciándose simultáneamente, las capacidades se mejoran aplicándolas.

La internacionalización requiere de un cambio de mentalidad de los directivos empresariales, requiere de adaptación a un pensamiento globalizado, así poder también adaptar la empresa, los productos y sus propias capacidades. Todo depende en gran medida de una capacidad gerencial adecuada.

Los estilos de liderazgo son condicionantes muy fuertes al momento de tomar buenas decisiones estratégicas, en este sentido, Kourdi recomienda zafarse de algunos engaños que pueden traducirse en demasiada confianza, repetir usanzas del pasado, pereza del logro, deficiencia en analizar en base a estrategias, inclinarse repetitivamente a la justificación de fallos, errores en enfocar apropiadamente los problemas, demasiado cautelosos, delegar por demasía o defecto, demasiado pensamiento racionalista, deficiencia en comprometerse (Kourdi, 2008).

Hay ciertos aspectos con los que se debe contar, según Stefan, para que exista capacidad gerencial en una empresa, y son los siguientes: Contar con experiencia exportadora dentro del personal en administración de alto o medio nivel, contar con el compromiso de la dirección de la empresa sobre los recursos necesarios para exportar, contar con que la dirección de la organización empresarial comparta el proyecto exportador con todo el personal, contar con la preparación de la dirección de la organización empresarial para concretar alianzas estratégicas para aumentar posibilidades de exportación, contar con que la dirección de la organización empresarial esté disponible a esperar tiempos razonablemente largos para cumplir metas exportadoras, contar con que los

elementos de la dirección de la organización empresarial conozcan un idioma de comunicación internacional (Stefan, 2013).

Esto quiere decir que la capacidad gerencial en las empresas tiene a su vez factores que la hacen como tal, esta capacidad es un conjunto de habilidades que tiene la empresa a nivel gerencial y organizativo.

Lo imprescindible de los gerentes se da por que mantienen el control sobre la empresa y al momento de tomar decisiones, tratando de minimizar siempre los riesgos, planean objetivos concretos, tratando de buscar los mayores beneficios para la organización, en otras ocasiones sacrifican la maximización de los beneficios para buscar la posición en el mercado, fomentando la inversión, potenciando la imagen de marca (Bonell, 2013).

El conocimiento que posea una gerencia, en temas generales como la gestión clásica, y en el caso de internacionalización en temas más específicos como el conocimiento en exportación, estudio de mercados internacionales, sistema legal de comercio exterior en el país destino, su conocimiento en cálculo de fletes y transporte etc. Son claves al momento de realizar con éxito una internacionalización.

- El compromiso gerencial y la toma de decisiones toma diversidad de enfoques, así como análisis, también muchos abordajes hipotéticos y prácticos; los resultados exitosos y el correcto funcionamiento de una empresa dependen básicamente del aprovechamiento de oportunidades y su ejecución. El proceso que agrupa todos pasos para tomar decisiones conlleva una variedad de métodos y elementos de procedimiento, asimismo la trascendencia y huella abarca a toda la empresa, hacia los diversos ámbitos que simbolizan su área de actividades (Kourdi, 2008).

Los gerentes, directorio o propietarios, los que toman las decisiones en la empresa tienen que usar todas sus capacidades gerenciales para poder hacer

uso correcto de toda la información y conocimiento disponible, atreverse a ver más allá de una administración local y nacional luego de la evaluación propia, emprender fuera de las fronteras nacionales en beneficio de la empresa y de su país.

Así, los emprendedores creativos pueden ser capaces de imaginar nuevas actividades para hacer empresa y podrían incursionar en nuevos emprendimientos internacionales, el no contar con estas capacidades, tal vez destinaria a la organización a quedarse siempre en los mercados locales; concentrarse totalmente en las actividades diarias y dedicarse exclusivamente a resolver problemas convencionales, no permiten a los empresarios levanten la vista a estrategias alternativas de desarrollo, por ejemplo la conquista de mercados extranjeros a través de la exportación (Martínez J. , 2006).

Cerrar su mirada en lo clásico, en lo normal y común, no permite ver nuevas posibilidades de crecimiento, estar demasiado ocupados en lo convencional, lo tradicional hará que la empresa sea estática, posiblemente se deje absorber por el mercado dinámico y la competencia que cambia, se adapta a la globalización. El objetivo principal de un gerente es la obtención de los máximos beneficios posibles, y más aún lo sería para el propietario si es que este mismo es el encargado de la dirección de la empresa, máxima rentabilidad. Debe ser emprendedor y soñador, pero sobre bases sólidas como es el conocimiento, la capacidad gerencial.

- Por otro lado, para establecer exitosamente el proceso de internacionalización, las firmas no siempre calculan con los activos suficientes y necesarios para lograrlo, por tal motivo una estrategia usada es la de cooperación o establecer alianzas estratégicas para lograrlo.

Estas alianzas son acuerdos que realizan dos o más organizaciones para cumplir con un proyecto y trabajar en un área de negocio diferente a la suya, cooperando y coordinando capacidades necesarias para lograr el objetivo propuesto, cosa que no cumplirían si trabajaran individualmente, impulsándose mutuamente y consiguiendo una sinergia (Dussauge, Garrete y Mitchel, 2000).

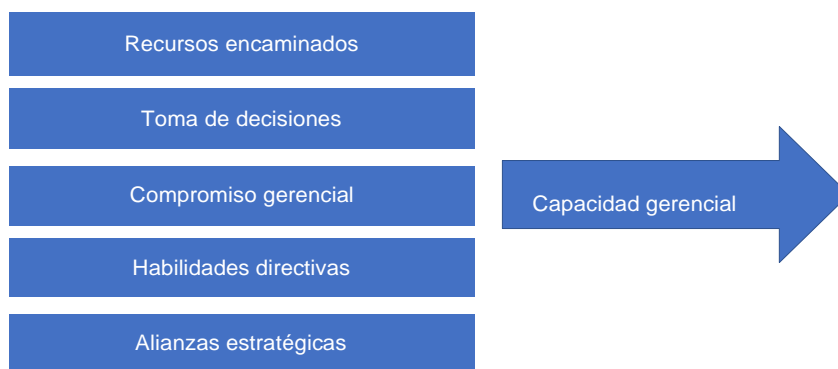


Figura 5. Capacidad gerencial.
Fuente: Elaboración propia.

2.2.6 Internacionalización

El proceso de internacionalización de una empresa está dentro de un marco de secuencias las cuales generan nuevas capacidades que permiten desarrollar nuevos negocios de manera paralela a los mercados locales esto abarca dentro de un ámbito geográficamente internacional (Fanjul, 2017).

La internacionalización es la conglomeración de mercados, estandarización de productos finales, homogenización de gustos y satisfacción de las necesidades de todos los consumidores dentro de un mundo sumamente desarrollado, manejo de canales de comunicación, venta, distribución, cantidad sobre todo la calidad del producto final y servicios existentes involucrados en el proceso de internacionalización, son pilares que conllevan a una exitosa globalización de la empresa (ICEX, 2017).

La internacionalización es una secuencia de procesos que genera nuevas oportunidades, de hecho, es una herramienta que conlleva a la mejora de la

calidad cuyos benéficos ayudan a mejorar la competitividad empresarial, primero en el entorno empresarial y después en el ámbito internacional (Uma, 2015).

La internacionalización de una unidad empresarial es la agrupación de acciones que la empresa las ejecuta y desarrolla fuera de los mercados sobre todo involucra su entorno geográfico habitual, el nivel de internacionalización de la empresa está definida en cuanto a la proporción de actividades que desempeña en el mercado exterior (Aiu, 2015).

La internacionalización es la suma de todas las operaciones que conllevan y tienen la intención de cruzar las fronteras de un país dentro de un periodo de tiempo por medio de anexos internacionales, los cuales llevan un proceso de negociación por medio de estrategias que conducen e involucran un cambio total dentro de la organización (Cadena, 2015).

El logro de una internacionalización exitosa de una empresa se entiende como la esencia de la perfecta medición de sus propias capacidades exportadoras, lo cual deberá de ser interpretado en el proceso de la globalización como la suma de recursos que crean capacidades exportadoras dentro de las distintas áreas de la empresa. Siendo así que las capacidades estarán ajustadas por la línea de desarrollo sobre todo de la propia historia de la empresa, no cabe duda que tenemos empresas que cuentan con capacidades de exportación, pero no tienen interés en expandirse al mercado internacional o no lo consideran, por la propia estrategia o no es momento aun para poder desarrollar (Stefan, 2013).

La internacionalización es un factor estratégico clave que debe planificarse con una visión a mediano y largo plazo, además, debe de estar incluida dentro de la estrategia de la empresa; debe de iniciar a partir de un diagnostico situacional de la empresa y los posibles mercados de destino, ya que es necesario conocer detalles de la competencia, así como las oportunidades de negocio. (Ramos S. , 2017).

Podemos mencionar que la internacionalización es un camino donde la empresa realiza proyecciones de expansión e ingreso a nuevos mercados fuera de su frontera nacional, como podrían ser la instalación de una planta o sucursal en el extranjero, la exportación y la importación, así como la aplicación de acciones estratégicas que permitan generar rentabilidad económica.



Figura 6. Internacionalización.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con Escandón Barbosa & Hurtado Ayala (2014) que tiene como propósito de clasificar todo los factores influyentes dentro del marco del desarrollo exportador de pequeñas y medianas empresas (pymes) ya que se dio al internacionalización temprana en Colombia, mediante el uso de las dimensiones como son el desarrollo exportador, características del emprendedor, características del sector , factores internos, característica del entorno y sector además de innovación ,recursos y capacidades de una pyme que establecen la temprana internacionalización empresarial.

2.2.7 Desarrollo exportador

El desarrollo exportador es el conocimiento de una aptitud propia que conlleva a la empresa al aprovechamiento de mercados internacionales gracias a que la mejora de la competencia influye unos costes a la empresa no retornables que tendrán que repartir de la forma más amplia posible. Las empresas que cuentan con capacidades diferenciadoras logran un mayor grado de compromiso y desarrollo exportador (Espejo, Núñez, & Fuentes, 2015).

El desarrollo exportador también es conocido como la integración comercial con las distintas regiones sobre todo de economías estratégicas mediante la suscripción de acuerdos comerciales, las cuales dan certeza jurídica a las empresas esto conlleva a realizar inversiones y desarrollar negocios de comercio exterior en otros mercados (Penx, 2015).

El desarrollo exportador es la congregación de propuestas consolidadas que están enmarcadas dentro de cinco ámbitos que permiten a generar espacios de competitividad fundamentales: el fortaleciendo institucional, nueva agenda comercial, análisis de la regulación publica, promoción comercial además de aspectos logísticos y aduaneros (Fedexport, 2018).

El desarrollo exportador es aquella que está afectada por los elementos que la envuelven, ninguno es extraño a los impulsos externos del mercado y a muchos aspectos internos que determinan muchas de sus acciones de mercadeo, la empresa que interprete de forma adecuada esos factores, se adapte a ellos y sepa usarlos a su favor triunfará en el mercado (Montoya, 2015).

Considerando lo antes mencionado y citato el desarrollo exportador busca prospectar y mejorar el flujo de la oferta y demanda en el mercado exterior, con ello permite generar cadenas de valor tanto internas como externas que ayuden a mejorar la producción y comercialización en la empresa.

– Niveles en exportaciones: Son las actividades propias del nivel en la que un pequeño empresario y su empresa se encuentran; los niveles dependen de las tendencias en producción mundial que han contribuido a que la empresa y el país encuentren métodos para mejorar la productividad, para impedir el aprovechamiento de las debilidades de la industria y roben este mercado (Cárdenas, 2016).



Figura 7. Desarrollo exportador.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.8 Características del entorno

Las características del entorno están influenciadas por mercados globales que se considera un suceso que cambia el marco empresarial, considerada ser un elemento, no presenta un efecto negativo, simplemente surgirá a la par amenazas y oportunidades nuevas en las diferentes empresas. Lo cual abre puertas a oportunidades para que puedan ampliar sus actividades a casi todo el mundo, para ello tendrán que resistir y sobrellevar una competencia amplia a nivel mundial (Cañaveral, 2016).

Lo esencial de las características es que estas determinadas por cada nación en un sistema cultural, que constituyen diferentes culturas y civilizaciones de la sociedad, a la vez está dada de acuerdo a sus valores y creencias de ese entorno; el señalar el sentido cultural se hace hincapié a todos los procesos relacionados con las estructuras y con las dinámicas sociales; al señalar del sistema social, se enfoca al conjunto de creencia (filosofía), valores materiales y espirituales, así como los métodos para crear los mismos valores (Terán, García, & Blanco, 2015).

Lo primordial de las características del entorno es que se puede observar que los procedimientos tradicionales sean utilizados como arranque, teniendo en cuenta siempre opciones para ser competitivo estando siempre en diferentes contextos que cambia a menudo. Los mercados crecen así también la manera de ser acogidos por las organizaciones, de manera que los métodos de las mismas evolucionan, por ello la gerencia mundial realiza conductas más

alineadas a dichos cambios, es decir, en un contexto de globalización, se considera la estrategia más trascendente la internacionalización de la organización, dígame de la participación directa de las empresas a los mercados externos diferentes a la localización actual (Gmateo, 2017).

Los entornos internacionales, tenemos varias variables de análisis en una organización, las cuales son materia de estudio e investigación y análisis para ser competitiva en el mercado internacional, las cuales dichos factores de análisis surgen gracias a la globalización y el transcurso de incorporación de nuevas tecnologías, acuerdos comerciales; las oportunidades están dadas por aquellas posibilidades externas positivas, que son generadas en un entorno las cuales son aprovechadas debido a la lectura y entendimiento del entorno a ingresar; durante el proceso de participación de la empresa en el ámbito internacional, la organización participa en un contexto nuevo a la vez competitivo, propicia movimientos de diferentes maneras (mercantil, financieros, percepción) entender el contexto permite adaptarse a los cambios dados.

- Percepción de oportunidades y modo de expansión: Es la capacidad de percibir oportunidades para que el emprendedor potencie sus competencias básicas, es necesario que el futuro emprendedor potencie cuatro competencias básicas, como son pensamiento divergente, asociaciones y analogías, percepción del punto de vista contrario, conservación de ideas (Duarte, 2016).
- Localización geográfica: Se describe a la reunión de organizaciones en un determinado sitio donde se aglomeran, generando una malla de actividades que crean valor. Con esta centralización en lugares estratégicos se espera lograr el mejor desarrollo económico en una región (Verduzco, 2018).

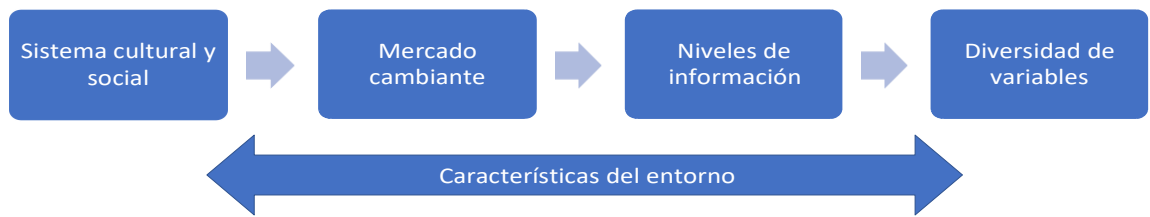


Figura 8. Características del entorno.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.9 Características internas

Las características internas se consideran la esencia central de la empresa que puede condicionar el hecho de la internacionalización en las organizaciones Born Global, compréndase empresas Born Global como organizaciones para emerger en la internacionalización, no siguiendo el modelo clásico de ir por etapas. Las características relacionadas a la magnitud de las ventas, probabilidades de crecimiento empresarial que acarrea a la concepción de empleo y los diferentes niveles de inversión en actividades de I+D son bases que explican el perfil de las empresas Born Global, donde el componente diferenciador se encuentra en la apreciación que tienen los empresarios sobre las oportunidades de la organización para poder crecer y las posibilidades que presenta en el mercado global (Escandón & Hurtado, 2012).

Las características internas están definidas por la componente tiempo, componente localización, componente sectorial y el componente empresa resalta e influye los resultados organizacionales industriales; las organizaciones que anhelan lograr los excelentes resultados deben tener siempre en consideración los componentes enfatizados aquí para alcanzar dicho propósito. Se tiene piezas que influye en los resultados de las organizaciones, que se consideran la base fundamental de la existencia y sobrevivencia en el futuro (Huerta, Almodóvar, Pedraja, Navas, & Contreras, 2015).

Las características internas es la suma de éxitos de las PYME'S en relación a la internacionalización de sus productos, no solo se tiene que tener en cuenta de

ventajas o desventajas competitivas sectoriales, sino que también la conducta de la firma frente a la toma de decisiones (Vigier, Martinez, Guercio, & Corzo, 2016).

El factor por conseguir el financiamiento para el progreso de sus actividades es un componente que ayuda a lograr la internacionalización, por ello, tenerlos en cuenta es primordial ya que se localiza fuertemente relacionada al éxito interno de la organización.

En la actualidad se encuentran diversos factores internos asociados a la empresa, relacionados directamente a la internacionalización las cuales son determinantes para realizar el salto al mercado internacional; la dirección desarrollada muchos planes sobre los elementos de la internacionalización para ello es primordial que se establezca y supere las limitaciones internas de la empresa. La internacionalización es un fenómeno donde cada vez más las empresas pequeñas y mediana se enfrentan a los retos de la globalización, estas pequeñas y medianas empresas son el agente de cambio en el entorno empresarial por tal motivo los factores como el financiero son acciones a considerar siendo así influyentes en la economía.

- Magnitud de las ventas, perspectiva de incremento y generación de empleo:
El incremento de las ventas es el factor más divulgado medir el movimiento de una organización. Está influido no solo por los cálculos de retorno y riesgo, sino también por las percepciones y expectativas acerca de la conducta de otros inversores (Mernies, 2015).
- Inversión en I + D y percepción de incremento en potencia exportadora: La inversión en I+D es una estrategia que las empresas utilizan habitualmente para fortalecer su crecimiento, aunque se consideren que los resultados de este tipo de inversiones suelen tener éxito con varios años de experiencia. Se considera que, en las épocas de recesión, varias organizaciones sacrifican

estas inversiones con el objetivo de reducir los costes, y posteriormente incrementare los beneficios a corto plazo (García Manjón, 2015).

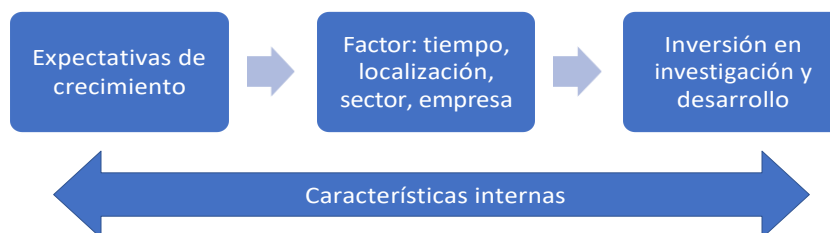


Figura 9. Características internas.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.10 Características del sector

Las características del sector son las características y orígenes diversos de la población además entre los consumidores, conociéndolas, la empresa estará en mejores condiciones para cumplir las expectativas de los consumidores en la forma, entrega de los productos y servicios, con trabajo en equipo diversos contribuyen a lugares de trabajo más dinámicos, así como a la toma de decisiones creativas (OIT, 2017).

Las características internas definidas como trascendencia global de las cadenas de producción en el sector y la entrada en el mercado global; la segunda enfatiza a la concentración de los beneficios de la producción en diferentes escalas que están en diferentes áreas del mundo; la tercera característica se enfoca en la relación directa entre el la importancia geográfica de la cadena y el ciclo de la economía global (Nieto & Lopez, 2017).

Estas características internas son tomadas en cuenta como el sector de desarrollo fundamental en la esfera mundial y nacional, se considera una de las actividades con más influencia además de ser antigua en el progreso industrial del país por sus enormes contribuciones en el sector del empleo, la tecnología, modernización y la economía en general (Reyes, 2017).

– Nivel tecnológico y sector de actividad: Se considera un grado de conocimiento que presenta sobre la tecnología, la innovación comprende el

surgimiento de nuevos aprendizajes o prácticas que beneficien al cliente en términos de precio, calidad, oportunidad, satisfacción de la necesidad y el surgimiento de tendencias y necesidades de consumo. En la actualidad por naturaleza a las personas gustan de lo moderno, nuevo, es en ese momento al oportunidad de las organizaciones deben innovar y condicionar productos o servicios sean novedosos, para atrapar el interés de nuevos clientes, y que estos se mantengan cautivos, complacidos a diferencia de los productos tradicionales (González, 2015).

- Intensidad exportadora del sector y nueva actividad emprendedora: Es la proporción de exportaciones de un sector hacia un mercado específico, las organizaciones con mayor magnitud en la exportación generan superiores capacidades, de la misma manera en la configuración de sus canales de distribución, tanto en sus estrategias de comunicación con el objetivo de afrontar con éxito la internacionalización empresarial (Castro, Gutiérrez, Araque, & Montero, 2016).



Figura 10. Características sector.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.11 Características del emprendedor

Las características de un emprendedor demuestran que obtener un elevado rango de posición emprendedora relacionada a la existencia de características del empresario (características propias y demográficas), características internas (magnitud empresarial, nuevas oportunidades de empleo en I + D), características externas (entusiasmo competitivo del sector, rangos tecnológicos

del sector, sector de actividad) y recursos gubernamentales (inversión, redes de entidades gubernamentales, asesoría gubernamental), que sube la escala de desempeño exportador; considerándose una esencia para el aumento de las exportaciones y una clave para el desempeño exportador (Hurtado & Escandón, 2016).

Las características del emprendedor, en algunos casos son las actitudes de los emprendedores informales, quienes consideran que su situación es más beneficiosa y les da ventaja respecto de los formales, sus familias y sus redes cercanas apoyan la situación de operar informalmente. Dentro de la percepción de control de la conducta, las altas tasas de informalidad es un desincentivo significativo para formalizarse (Amésquita, 2017).

La cultura del emprendimiento informal no permite del desarrollo competitivo debido al uso de malas prácticas y habilidades directivas.

Los emprendedores son aquellas que formalizan una idea en un negocio o empresa, algunas características son las siguientes:

Tabla 1. *Características del emprendedor*

Características del emprendedor	
Dar vida a ideas nuevas.	Creatividad para transformar esas
Tener capacidad de iniciativa	oportunidades en una oportunidad de
Innovación nueva para concebir las	negocio.
ideas.	Capacidad de trabajo.
Elasticidad para adaptarlas.	Objetivos claros.
Satisfacción para pensar	Perseverancia.
conceptualmente.	Capacidad de gestionar riesgos.
Poseer capacidad resolutive de	Motivación.
problemas como una oportunidad de	Resolutividad.
cambio positivo.	Pro actividad, etc.

Fuente: Elaboración propia adaptado de texto las características del emprendedor.

El emprendedor es considerado aquel que presenta rasgos de cambio y transformación, que esto no precisamente con lleva a tener el perfil de crear una

nueva empresa, si no que cuenten con la habilidad de aplicar la transformación a donde vayan. Es imprescindible que el emprendedor mantenga una fuerza interna, contando con la habilidad de no visualizar de forma cuadrada si no que cuente con una visión amplia, olvidando precisamente a la creación de un negocio propio o generar un servicio nuevo, sino que ponga en práctica la transformación donde se encuentre (Hidalgo, 2017).

Dada las circunstancias antes mencionadas sobre el emprendedor, éste debe de tener visión a futuro, claridad en las ideas, realizar el uso adecuado de herramientas tecnológicas, correr el riesgo al momento de invertir.

Se han analizado las características propias de los emprendedores, los empresarios concretos y los emprendedores viables frente al resto de la población laboral activa. La creación y consolidación de nuevas empresas se considera hoy día uno de los aspectos más significativos de la actividad económica en todos los sectores de la economía.

Por consecuente, las nuevas innovaciones empresariales crean puestos de trabajo, incrementan la competitividad en los mercados e impulsan al desarrollo de la creatividad, es decir, apoyan al desarrollo económico integral; la postura del emprendedor influye positivamente sobre el desempeño exportador, pueden ser medidas conociendo sus flaquezas, ánimos acerca de sus recursos interiores y su contexto, lo cual le permiten tomar su particularidad de aumentar el rol exportador en: nivel educativo, practica, edad, aspectos internos y externos, recursos gubernamentales.

- Edad: Los emprendedores existentes se basan en el estímulo y el apoyo de la gente de sus sociedades que valoran positivamente sus esfuerzos, y contribuirán en que sus actividades sean un éxito (Gera, 2016).
- Formación profesional: El diseño de la formación de los emprendedores y el progreso de habilidades pertinentes no sólo se basa en transmitir

conocimientos además de enseñar herramientas, requiere la implementación de lineamientos estratégicos que estimulen y potencialicen las características empresariales personales (Gonzalez & Gutierrez, 2016).

- Experiencia: Es un recurso clave para la operación del negocio contar con un gerente general con alto perfil comercial, con experiencia en comercio internacional, conocimiento del sector un alto relacionamiento con el mercado con capacidad de actitud al riesgo (Ramos N. , 2015).

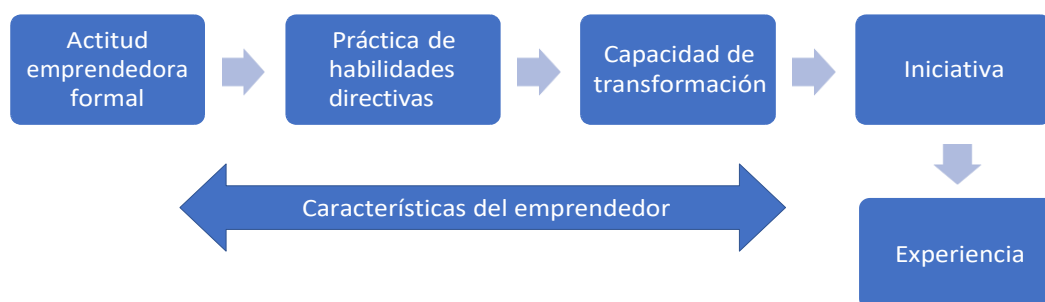


Figura 11. Características del emprendedor.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.12 Recursos y capacidades

Los recursos y capacidades son sumamente primordiales a considerar ya que son los elementos que más relevancia tienen, han sido considerados dentro de la internacionalización de la empresa, ya que es indiscutible que los recursos y capacidades trabajados por la empresa condicionen los modos de ingreso al mercado externo lo cual requiere la planificación para una correcta internacionalización (Jiménez, 2018).

Los recursos y capacidades son los instrumentos que evalúan el nivel de gestión para una correcta internacionalización desde el punto de capacidades dinámicas, el resultado obtenido es la capacidad combinada, según indica la capacidad dinámica para con la globalización, por lo que los valores o niveles muy bajos indican alto riesgo para la internacionalización, dado que los rangos elevados conllevan riesgos bajos, esto nos a entender que los recursos y

capacidades de la empresa están en niveles satisfactorios permitiendo una correcta internacionalización (Londoño, Vélez, & Rojas, 2015).

Los recursos y capacidades son aquellos que permiten el aprovechamiento de las oportunidades para la creación e implementación de habilidades para el progreso de la eficiencia, sobre todo neutralizar las amenazas, relativamente pocas empresas cuentan con las mismas capacidades. (Moo, Morales, & Canto, 2016).

El proceso de internacionalización empresarial tiene gran relevancia ya que es el pilar para el desarrollo de las actividades organizacionales, los recursos y capacidades son componentes estratégicos de fácil accesibilidad, básicamente valorables por el consumidor final. Las organizaciones exportadoras cada vez más son dependientes a las oportunidades de acuerdo al contexto mundial en la que se encuentran; se considera también la competitividad de las empresas en relación al mismo sector, los cuales dan alusión a conocer los componentes o características a considerar para una adecuada internacionalización.

- Percepción de capacidades y redes: Consiste en que la empresa utiliza los contactos más directos para acceder a personas que no forman parte de su círculo inmediato pero que pueden abrirle las puertas a sociedades o nuevos negocios. (García N. , 2016).
- Acceso a fuentes de financiación: Se comprende por financiamiento aquellos mecanismos o modalidades en los que incide la empresa para abastecerse de recursos, sean bienes o servicios, en diferentes plazos y que mayormente presenta un costo financiero. (Ccaccya , 2015).

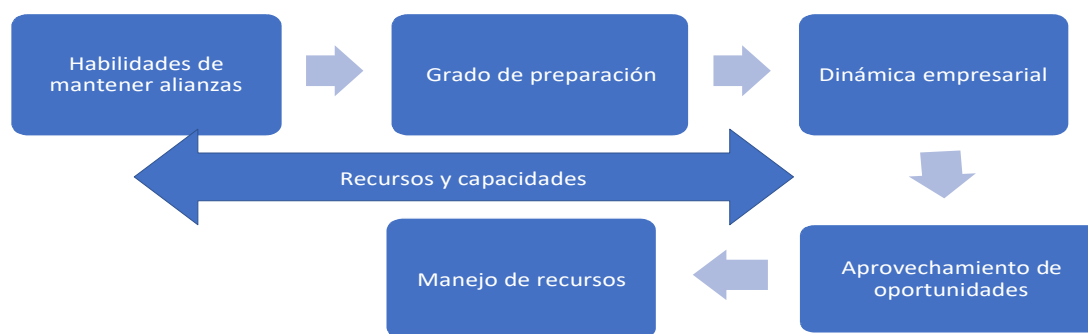


Figura 12. Recursos y capacidades.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.13 Innovación

La innovación es una materia empresarial donde esencialmente existe una amplia tendencia de mejora continua, esta capacidad fundamental permite diferenciar del resto de las empresas que cuentan con la particularidad de satisfacer a sus clientes existentes y que en paralelo busca nuevos clientes que no son conocidos (The economist, 2015).

La innovación se da en los cambios del entorno y responden a ellos con mejoras en sus modelos de producción, de organización, en su forma de distribuir o de presentar su producto, distintas empresas cuentan con departamentos de I+D+i especializados en buscar ventajas competitivas que les diferencien en el mercado. (Education First, 2015).

- Innovación del producto y del sector: La pluralidad de empleados en innovación y desarrollo fortalece la creación de productos los cuales son una novedad para el mercado, sobre todo la presencia de colaboradores de I+D con alto nivel educativo enriquece la innovación, esto debido a las habilidades y experiencias competitivas generan nuevas ideas de desarrollo, sobre todo dentro del marco del producto final (Garavito, 2017).
- Capacidad innovadora: Es la capacidad de la empresa de mirar con otras perspectivas, con ojos ajenos; de ver las cosas de una manera distinta, ser capaces de encontrar interrogantes y respuestas que hasta aquel momento no se habían planteado. (Ecas, 2016).

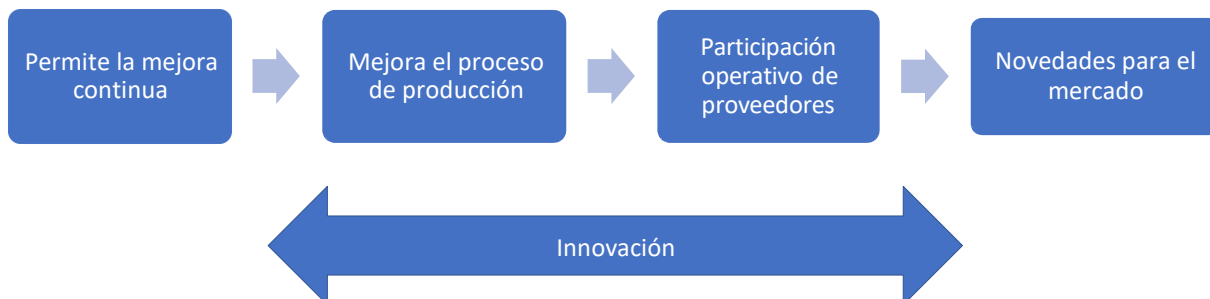


Figura 13. Innovación.

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Estado del arte

La era de la información en la que nos encontramos hace que los negocios sean tan dinámicos, que a los pocos años de que la empresa haya aprendido algo, resulta que esa información es casi obsoleta. Ese aprender de una determinada información es el conocimiento de una persona o empresa, entonces la gestión del conocimiento resulta tan importante como el conocimiento mismo, ya que la información que podamos obtener y aprender solamente servirá si es que se la usa adecuadamente, es decir si se le gestiona. Esa gestión del conocimiento junto a determinadas habilidades son capacidades, capacidades gerenciales, por ejemplo; capacidades que llevan al logro de objetivos planteados en la empresa, para el caso, una internacionalización exitosa. Sobre el tema de la presente investigación en cuestión, la relación de capacidad exportadora y la internacionalización, en el proceso de búsqueda de información, se ha podido encontrar trabajos de investigación pertinentes como el de Restrepo y Vanegas (2014), quienes plantean una metodología de lógica difusa para interpretar información que recabaron, esta metodología de lógica difusa consiste en el procesamiento de información aparentemente confusa, incompleta, borrosa, en datos que fácilmente se pueden interpretar, asignándole valores numéricos para ello. Su investigación trató sobre el estudio de las variables más relevantes para el éxito de internacionalización de un cluster textil en Colombia para, posteriormente, proponer

las estrategias oportunas para su mejora o desarrollo. Obtuvieron como resultado que el sector textil en Medellín no estaba apto para una internacionalización exitosa, y más importante aún, obtuvieron como resultado en que se debe trabajar más para poder incrementar el nivel de dicho sector.

Por otro lado, en Venezuela, Stefan (2013) propone un procedimiento para calcular la capacidad exportadora, también en el sector textil. El autor, para recabar información preliminar, realiza un focus group entre los gerentes de diez empresas textiles que ya exportan, con este método consigue identificar las principales variables para medir la capacidad exportadora de una empresa, gracias a las sugerencias y coincidencias de los empresarios. Posteriormente lo confirma con un segundo focus group con otras empresas; desarrolla un cuestionario con esta información para diez empresas quienes asignan valores según su criterio sobre estas variables. Como resultado obtiene que una falta de equilibrio entre las distintas capacidades de la empresa conlleva a un posible fracaso en la internacionalización, sobre todo si es que se observa un nivel bajo en capacidad gerencial.

Estas teorías refuerzan nuestras bases teóricas en la presente investigación, se pretende determinar si existe relación entre capacidad exportadora y la internacionalización, pero este estudio es aplicado a una empresa específica, es decir el estudio es de manera particular ya que no solamente general como había sido hecho hasta el momento, comprobar dicha relación en una empresa, teniendo en cuenta las muchas singularidades que presenta como tal y las dificultades que ello conlleva para su estudio, así precisar la información adecuada para la mejora de toma de decisiones de dicha empresa en cuanto a su internacionalización se refiere, brindándole datos que solamente le conciernen a ella.

2.4 Hipótesis de la investigación

2.4.1 Hipótesis general

En el marco de una globalización envolvente, y la internacionalización como una estrategia de aprovechamiento y mejora de los beneficios de la empresa, a su vez la exportación como medio de internacionalización, el presente estudio postula la hipótesis de que es posible que exista un vínculo positivo entre la capacidad exportadora y la Internacionalización de la firma P&P Arequipa, 2018.

2.4.2 Hipótesis específica

He1.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He2.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He3.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He4.- Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He5.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He6.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He7.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He8.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He9.- Es probable que exista una relación positiva entre capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He10.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

He11.- Es probable que exista una relación positiva entre la capacidad gerencial y la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

2.5 Variables de estudio

2.5.1 Definición conceptual de la variable

Capacidad Exportadora: La extensión exportadora es una singularidad que tiene una firma empresarial para efectuar la exportación potenciando sus fortalezas para aprovechar sus oportunidades para poder contrarrestar sus debilidades y amenazas, aumentando sus beneficios (Munarriz, 2017).

Internacionalización: La internacionalización es una sucesión de acontecimientos que genera ocasiones, de hecho, es un mecanismo que conlleva a la mejora de la calidad cuyos benéficos ayudan a mejorar la competitividad empresarial, primero en el entorno empresarial y después en el ámbito internacional (Uma, 2015).

2.5.2 Operacionalización de la variable

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Operacionalización de variables				
Variables de investigación	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
VI (X): Capacidad Exportadora	La capacidad exportadora es una singularidad que tiene una firma empresarial para efectuar la exportación potenciando sus fortalezas para aprovechar sus oportunidades para poder contrarrestar sus debilidades y amenazas, aumentando sus beneficios (Munarriz, 2017).	Se refiere al grado de desarrollo del exportador teniendo en cuenta a la capacidad: productiva, comercial, producción y gerencial, consideradas como las más importantes y determinantes al momento de evaluar su capacidad exportadora.	D1: Capacidad del producto	Cantidad y calidad del producto Capacidad de adaptación Registro de marca
			D2: Capacidad productiva	Capacidad de producción y almacenamiento Actualización tecnológica Recursos de exportación Razones para exportar Estructura de la empresa y cultura organizacional Control de calidad
			D3: Capacidad comercial	Inteligencia comercial y estudio de mercado Estrategia comercial y modo de expansión
			D4: Capacidad gerencial	Compromiso gerencial Alianzas estratégicas
VD (Y): internacionalización	La internacionalización es una sucesión de acontecimientos que genera ocasiones, de hecho, es un mecanismo que conlleva a la mejora de la calidad cuyos benéficos ayudan a mejorar la competitividad empresarial, primero en el entorno empresarial y después en el ámbito internacional (Uma, 2015).	Se refiere a la participación directa de la empresa en otros países, este proceso implica la evaluación de factores que permitan a la empresa fortalecer sus capacidades en el proceso de internacionalizarse.	D1: Desarrollo exportador	Niveles de exportaciones
			D2: Características del entorno	Percepción de oportunidades y modo de expansión Localización geográfica Tamaño de las ventas y Expectativas de crecimiento y generación de empleo
			D3: Características internas	Inversión en i+d y Percepción de incremento en intensidad exportadora
			D4: Características del sector	Nivel tecnológico y sector de actividad Intensidad exportadora del sector y nueva actividad emprendedora
			D5: Características del emprendedor	Edad Formación profesional Experiencia Actitud al riesgo
			D6: Recursos y capacidades	Percepción de capacidades y redes Acceso a fuentes de financiación
			D7: Innovación	Innovación del producto y del sector Capacidad innovadora

Fuente. Elaboración propia.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El método cuantitativo está basado en medir particularidades de fenómenos sociales, derivado de una conceptualización adecuada al problema, una variedad de hipótesis que enuncien relaciones entre las variables estudiadas, deductivamente (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

Entonces, según el tipo de averiguación que se desea realizar en el presente trabajo, el método cuantitativo es el que mejor se adapta.

La presente averiguación es de tipo no experimental, no hay manipulación en variable independiente ya que no es alterada por los autores.

3.1.2 Nivel de investigación

Es de nivel correlacional por que busca resolver la relación existente entre la capacidad exportadora y la internacionalización, además se utilizará en cuanto a la interpretación de resultados una metodología descriptiva y explicativa.

Es transversal porque el levantamiento de la información es en un momento del tiempo.

3.2 Descripción del ámbito de la investigación

- Campo o Ámbito: Ciencias Sociales
- Área: Administración de Negocios Internacionales
- Línea: Busca relacionar la variable independiente Capacidad exportadora con la variable dependiente que es Internacionalización.
- Tiempo: Octubre, noviembre y diciembre del 2018
- Delimitación Geografía: Ciudad de Arequipa.
- Delimitación Sustantiva: Personal que trabaja en la empresa.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), conceptualiza a la población como un conjunto vinculado de todos los miembros del estudio que concuerdan con una serie de relaciones. Por lo tanto, para efectos de la presente investigación se consideró a la totalidad de trabajadores que laboran en la empresa P&P Arequipa. Es decir, entre gerentes que son, gerente general (1) y tres (3) gerentes por las áreas productiva, comercial y abastecimiento. También operarios que son parte del área productiva que son en total veintiséis (26) que son la mano de obra de la empresa haciendo un total de 30 encuestados. Población tomada dentro del periodo de octubre, noviembre y diciembre del año 2018.

3.3.2 Muestra

Debido a que la población de estudio resulta ser pequeña y que los autores de la investigación pretendieron estudiar a la empresa en su totalidad, el método de

muestreo es no probabilístico por conveniencia y censal aplicada dentro de la Empresa P&P. Es decir, que el total de la población constituyó el total de la muestra.

3.4 Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos

3.4.1 Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación se usará la encuesta como técnica la recopilación de información.

3.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de data se usa el cuestionario como instrumento. (Ver Anexo 2).

3.4.3 Fuentes de recolección de datos

Es fundamental mencionar que la información obtenida en la presente investigación reúne datos relacionados al proyecto, por lo tanto, esta aplicado dentro del marco de sector textil. Se ha empleado como notas de campo como producto de visitas realizadas a la empresa, fundamentalmente las mencionadas a continuación.

Fuentes primarias: Encuesta.

Fuentes secundarias: Referencias.

3.5 Valides y confiabilidad de recolección de datos

3.5.1 Validez del instrumento

La validez, hace referencia a la escala en que un instrumento mide ciertamente la variable al que desea realizar la medición (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

El instrumento que se usó en la presente fue diseñado según los indicadores que esta investigación pretende medir, posteriormente fue certificado por tres especialistas en el tema, tanto a nivel metodológico como de la trayectoria profesional afín a la investigación, como es administración de negocios internacionales.

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de un mecanismo de medición hace referencia al grado en que, al aplicarlo repetidamente al mismo objeto de estudio, produzca resultados iguales (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

Antes de ser validado el instrumento por los expertos, se aplicó una prueba piloto y analizado por SPSS se adquirió un alfa de Cronbach de 0,879 lo cual es muy bueno. Posteriormente se presentó para su análisis y validación por los expertos, luego se volvió a pasar por el SPSS 25.

3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos

Se llevó a cabo la concertación de una entrevista con las diferentes gerencias y colaboradores de la empresa P&P, donde se les explicó la investigación a llevar a cabo, y se procedió a realizar las preguntas formuladas en base a los indicadores propuestos en la matriz de consistencia. Luego para el procesamiento de datos se analizó los valores numéricos, cuantificando los datos obtenidos en la entrevista y así se pudo hacer una mejor interpretación de ellos.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En la vigente investigación, los autores pretendieron definir la relación entre capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018, para lo cual, además de realizar una sólida investigación teórica, se elaboró un cuestionario para medir los indicadores planteados en la matriz de consistencia, luego se procedió a determinar la validez y confiabilidad del instrumento, posteriormente a analizar la normalidad estadística de los datos procesados, de acuerdo a ello se procedió a acordar el nivel de nexo entre variables y dimensiones usando R-Pearson, reanudando se muestran los resultados alcanzados para cada punto mencionado.

4.1 Confiabilidad

Tabla 3. *Nivel de confiabilidad de las variables capacidad exportadora e internacionalización.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	38

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Según el resultado de la prueba de confiabilidad a través de la técnica de alfa de Cronbach, cuyo resultado es 0,908, se observa un nivel de confiabilidad muy alto, y se entiende que el instrumento propuesto es fiable, aprobándose para su aplicación en la adquisición de la data necesaria para la investigación.

Tabla 4. *Nivel de confiabilidad del instrumento para la variable capacidad exportadora.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,730	18

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Según el resultado de la prueba de confiabilidad a través de la técnica de alfa de Cronbach, cuyo resultado es 0,730, se observa un nivel de confiabilidad alto, y se entiende que el instrumento propuesto es fiable, aprobándose para su aplicación en la adquisición de la data necesaria para la investigación.

Tabla 5. *Nivel de confiabilidad del instrumento para la variable internacionalización.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	20

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Según el resultado de la prueba de confiabilidad a través de la técnica de alfa de Cronbach, cuyo resultado es 0,896, se observa un nivel de confiabilidad muy alto, y se entiende que el instrumento propuesto es fiable, aprobándose para su aplicación en la adquisición de la data necesaria para la investigación.

4.2 Resultados de la estadística descriptiva

Tabla 6. *Distribución de datos de la variable capacidad exportadora.*

		F	%
Válido	Regular	1	3,4
	Bueno	16	53,3
	Excelente	13	43,3
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

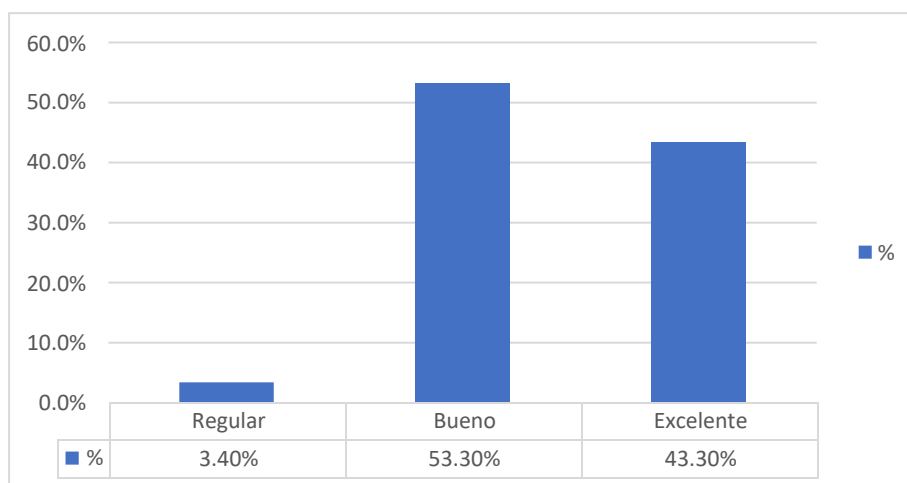


Figura 14. *Niveles de la variable capacidad exportadora.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 6 se muestra que el 53,3% de los encuestados manifiestan que existe un nivel bueno en cuanto a capacidad exportadora de la empresa, seguido del 43,3% que indica que el nivel es excelente y el 3,3% que refiere que el nivel de la capacidad exportadora de la empresa es regular. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la capacidad exportadora de la empresa se encuentra en un nivel alto.

Tabla 7. *Distribución de datos para la dimensión capacidad del producto.*

		F	%
Válido	Bueno	10	33,3
	Excelente	20	66,7
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

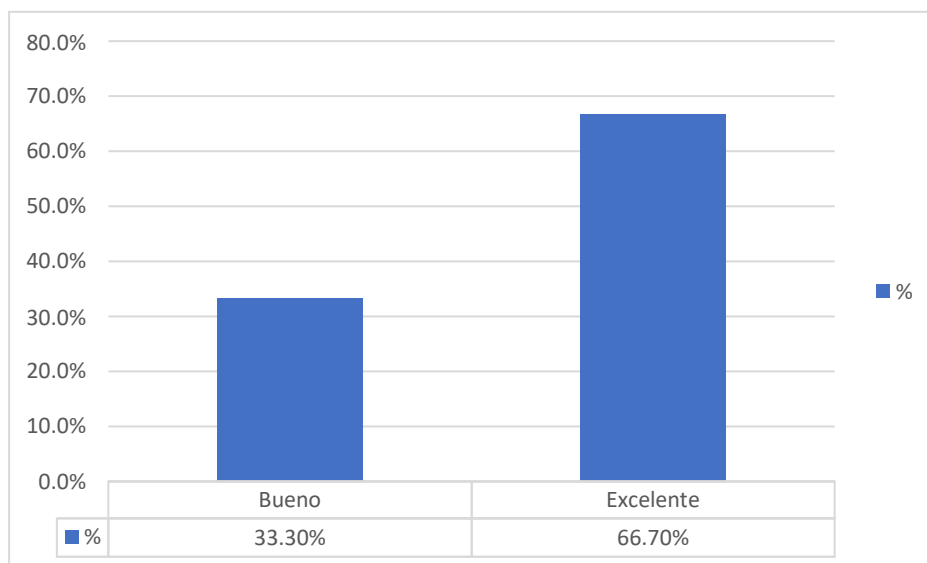


Figura 15. *Niveles de la dimensión capacidad del producto.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 7 se muestra que el 66,7% de los sondeados indican que existe un nivel excelente respecto a la capacidad del producto de la empresa, seguido del 33,3% que indica que el nivel es bueno. Más de la mitad de trabajadores estiman que la capacidad exportadora de la firma se encuentra en un nivel alto.

Tabla 8. Distribución de datos para la dimensión capacidad productiva.

	F	%
Regular	1	3,3
Bueno	15	50,0
Excelente	14	46,7
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

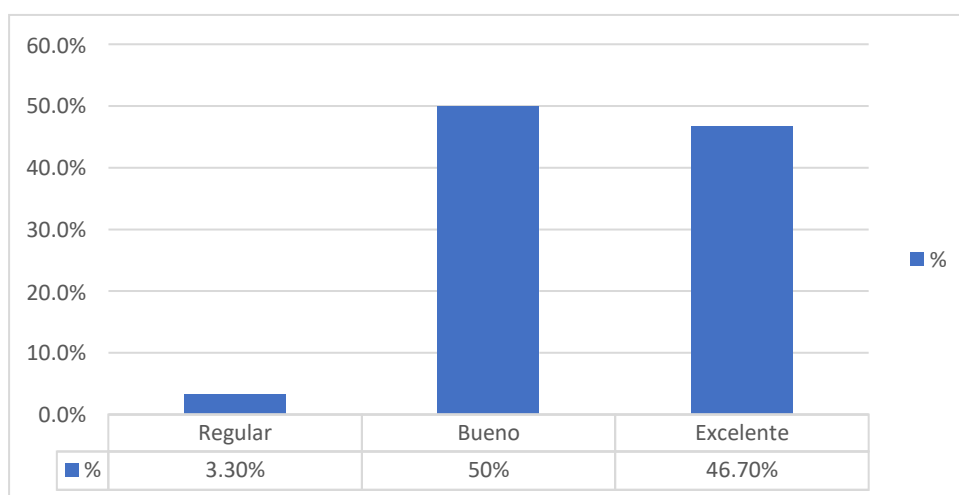


Figura 16. Niveles de la dimensión capacidad productiva.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 8 se muestra que el 46,7% de los sondeados indican que existe un nivel excelente respecto a la capacidad productiva de la empresa, luego el 50% que indica que el nivel es bueno, y el 3,3% de los colaboradores sondeados refiere que el nivel de la capacidad productiva de la empresa es regular. Casi la totalidad de trabajadores estiman que la capacidad exportadora de la empresa se halla en un nivel bueno y excelente.

Tabla 9. *Distribución de datos para la dimensión capacidad comercial.*

		F	%
Válido	Regular	7	23,3
	Bueno	20	66,7
	Excelente	3	10,0
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

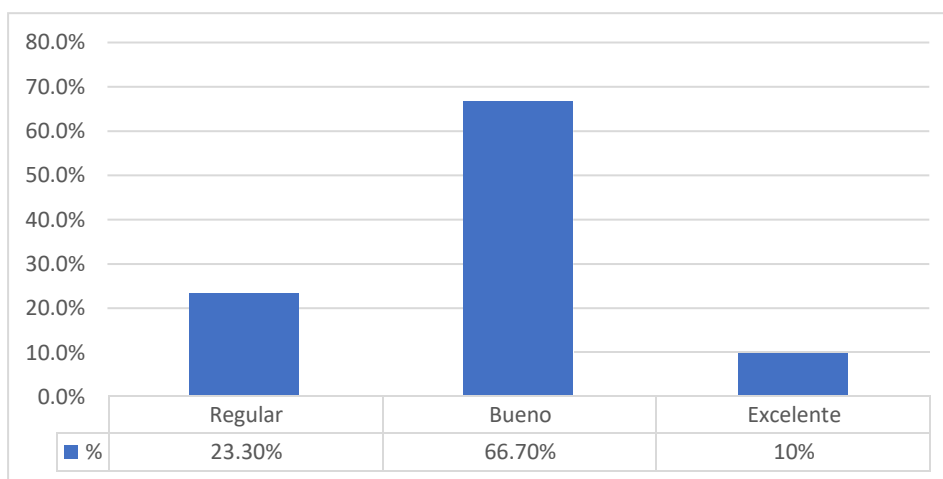


Figura 17. *Niveles de la dimensión capacidad comercial.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 9 se muestra que el 66,7% de los sondeados manifiestan que existe un buen nivel en cuanto a capacidad comercial de la empresa, seguido del 10% que indica que el nivel es excelente y el 23,3% que refiere que el nivel de la capacidad comercial de la empresa es regular. Gran parte de trabajadores sondeados consideran que la capacidad exportadora de la empresa se halla en un nivel alto, pero que también hay una parte significativa de ellos que considera el nivel solamente regular.

Tabla 10. *Distribución de datos para la dimensión capacidad gerencial.*

		F	%
Válido	Deficiente	3	10,0
	Regular	8	26,7
	Bueno	14	46,7
	Excelente	5	16,7
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

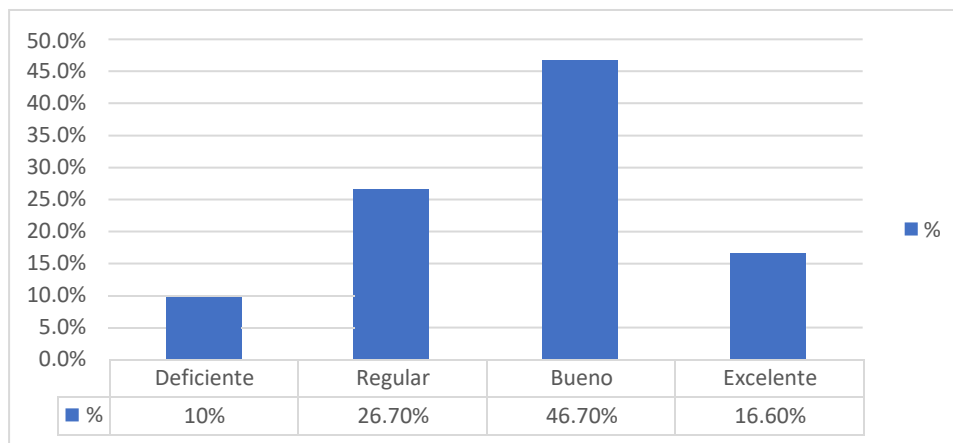


Figura 18. *Niveles de la dimensión capacidad gerencial.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 10 se muestra que el 46,7% de los sondeados manifiestan que existe un buen nivel respecto a la capacidad gerencial de la empresa, seguido del 26,7% que indica que el nivel es solamente regular, el 16,7% refiere que el nivel de la capacidad gerencial de la empresa es excelente y por último tenemos que el 10% de los trabajadores sondeados considera como deficiente la capacidad gerencial de la empresa. Gran parte de trabajadores encuestados consideran que la capacidad gerencial de la empresa se halla en un nivel regular a bueno, y la parte restante se divide entre excelente y deficiente.

Tabla 11. *Distribución de datos de la variable internacionalización.*

		F	%
Válido	Regular	4	13,4
	Bueno	13	43,3
	Excelente	13	43,3
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

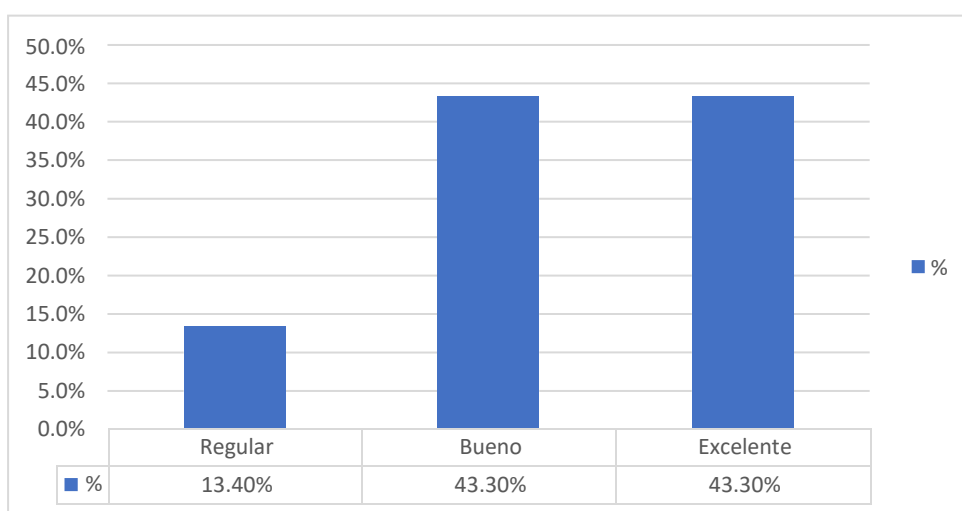


Figura 19. *Niveles de la variable internacionalización.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 11 se muestra que el 43,3% de los sondeados indican que existe un nivel excelente respecto a la internacionalización de la empresa, la misma cantidad de encuestados, el 43,3% que indica que el nivel es bueno, y el 13,3% de los empleados encuestados refiere que el nivel de la internacionalización es regular. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la internacionalización de la empresa se halla en un nivel bueno y excelente.

Tabla 12. *Distribución de datos para la dimensión desarrollo exportador.*

		F	%
Válido	Bueno	5	16,7
	Excelente	25	83,3
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

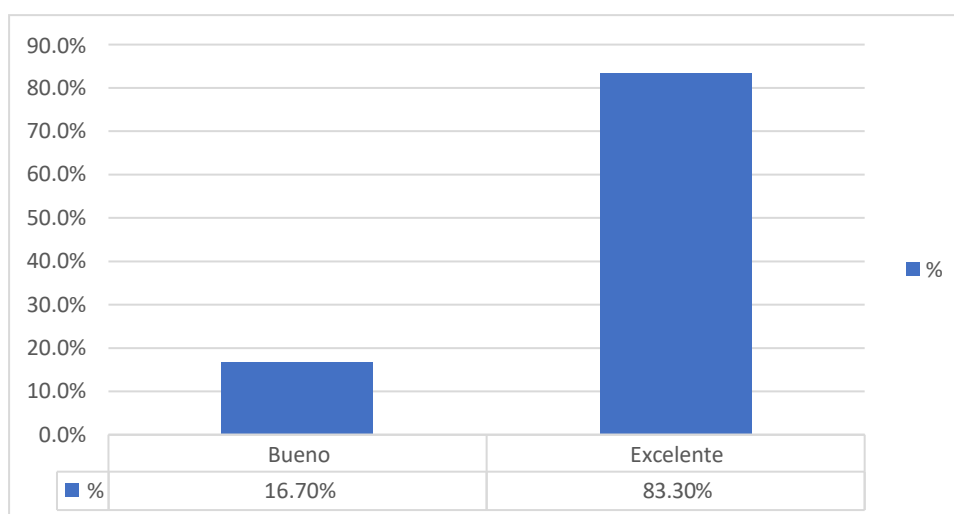


Figura 20. *Niveles de la dimensión desarrollo exportador.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística número 12 se muestra que el 83,3% de los sondeados indican que hay un nivel excelente respecto al desarrollo exportador de la empresa, así mismo un 16,7% refiere que dicha dimensión está en un nivel bueno. Casi la totalidad de trabajadores consideran que el desarrollo exportador de la empresa se encuentra en un nivel bueno y excelente.

Tabla 13. *Distribución de datos de la dimensión características del entorno.*

		F	%
Válido	Deficiente	3	10,0
	Regular	14	46,7
	Bueno	11	36,7
	Excelente	2	6,6
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

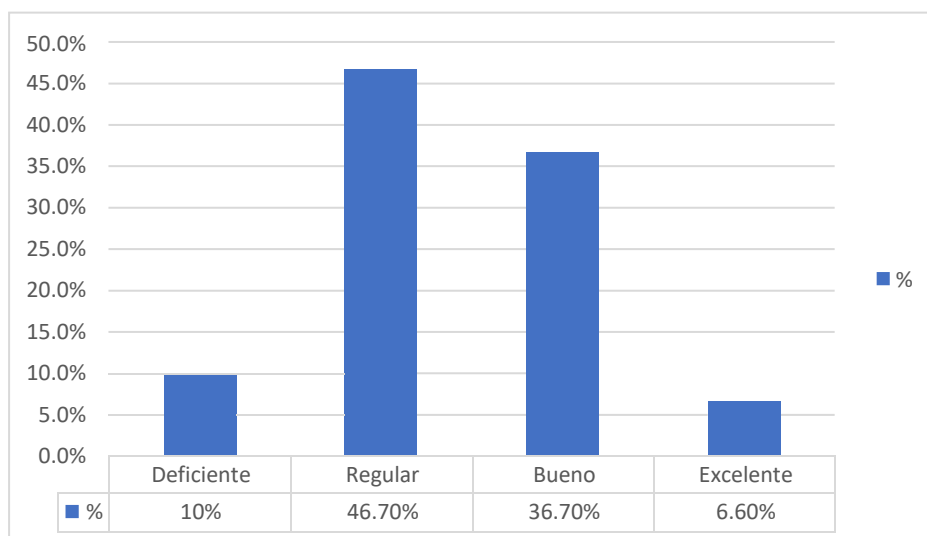


Figura 21. *Niveles de la dimensión características del entorno.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 13 se muestra que el 46,7% de los encuestados manifiestan que existe un nivel regular en cuanto a la dimensión características del entorno de la empresa, seguido del 36,7% que indica que el nivel es bueno, 10% indica que es deficiente y el 6,7% refiere que el nivel de la dimensión características del entorno de la empresa es excelente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la dimensión característica del entorno de la empresa se encuentra en un nivel intermedio.

Tabla 14. Distribución de datos de la dimensión características internas.

		F	%
Válido	Regular	7	23,3
	Bueno	20	66,7
	Excelente	3	10,0
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

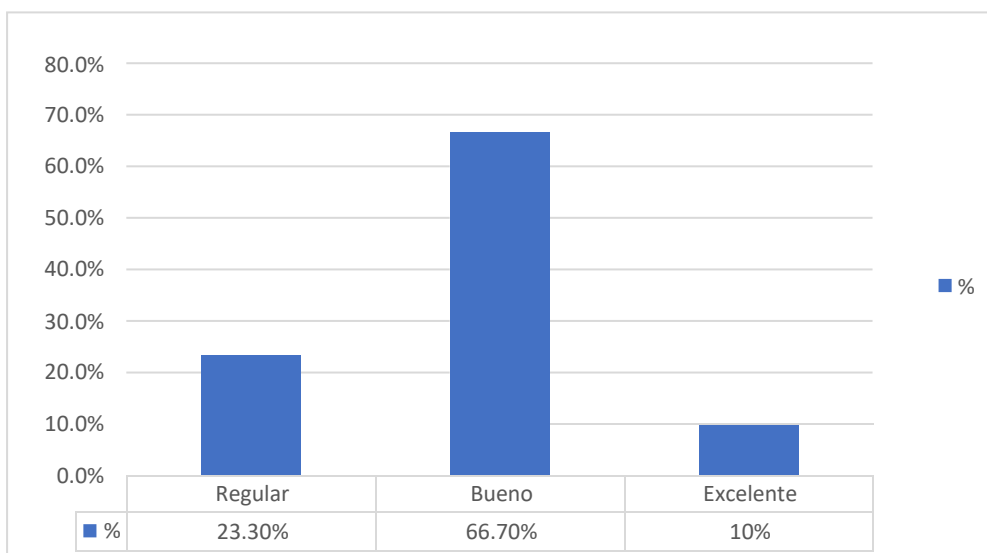


Figura 22. Niveles de la dimensión características internas.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 14 se muestra que el 66,7% de los encuestados indican que existe un nivel bueno en cuanto a la dimensión características internas de la empresa, seguido del 23,3% que indica que el nivel es regular y el 10% que refiere que el nivel de la dimensión características internas de la empresa es excelente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la dimensión características internas de la empresa se halla en un nivel intermedio.

Tabla 15. *Distribución de datos de la dimensión características del sector.*

	F	%
Regular	11	36,7
Bueno	18	60,0
Excelente	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

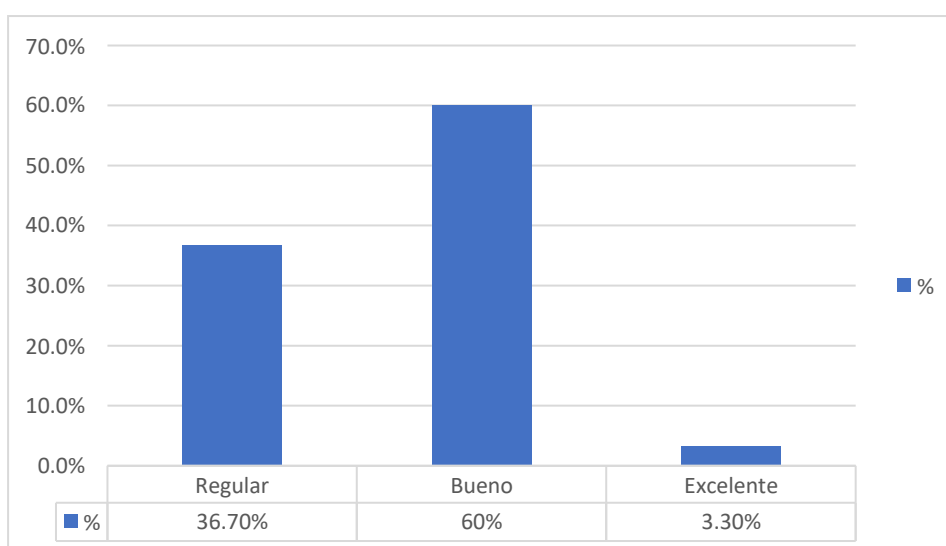


Figura 23. *Niveles de la dimensión características del sector.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 15 se muestra que el 60 % de los censados manifiestan que existe un nivel bueno en cuanto a la dimensión características del sector de la empresa, seguido del 36,7% que indica que el nivel es regular y el 3,3% que refiere que el nivel es excelente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la dimensión característica del sector de la empresa se encuentra en un nivel intermedio.

Tabla 16. *Distribución de datos de la dimensión características del emprendedor.*

		F	%
Válido	Deficiente	6	20,0
	Regular	18	60,0
	Bueno	6	20,0
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

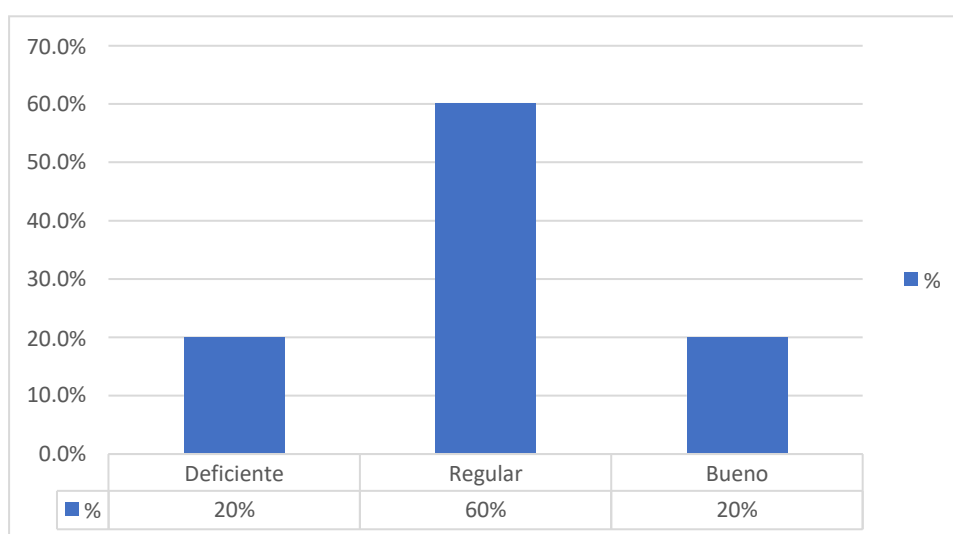


Figura 24. *Niveles de la dimensión características del emprendedor.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 16 se muestra que el 60% de los sondeados manifiestan que existe un nivel regular en cuanto a la dimensión características del emprendedor de la empresa, seguido del 20% que indica que el nivel es bueno y el 20% que refiere que el nivel de la dimensión características del emprendedor de la empresa es deficiente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la dimensión característica del emprendedor de la empresa se encuentra en un nivel intermedio.

Tabla 17. *Distribución de datos de la dimensión recursos y capacidades.*

		F	%
Válido	Deficiente	1	3,4
	Regular	13	43,3
	Bueno	16	53,3
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

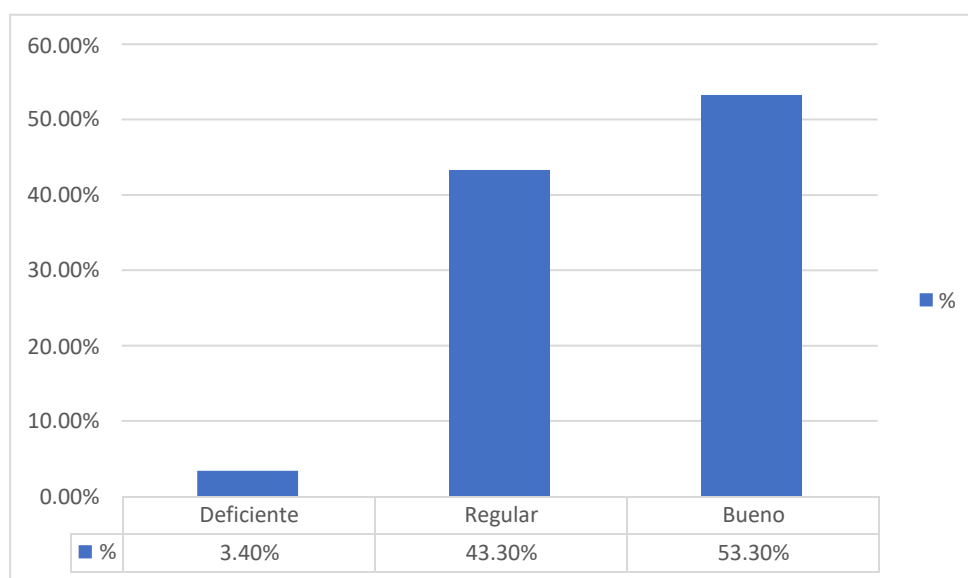


Figura 25. *Niveles de la dimensión recursos y capacidades.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 17 se observa que el 53,3% de los sondeados manifiestan que existe un nivel bueno en cuanto a la dimensión de recursos y capacidades de la empresa, seguido del 43,3% que indica que el nivel es regular y el 3,3% que refiere que el nivel de la dimensión recursos y capacidades de la empresa es deficiente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que de la dimensión recursos y capacidades de la empresa se encuentra en un nivel intermedio.

Tabla 18. *Distribución de datos de la dimensión de innovación.*

		F	%
Válido	Deficiente	2	6,6
	Regular	14	46,7
	Bueno	12	40,0
	Excelente	2	6,7
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

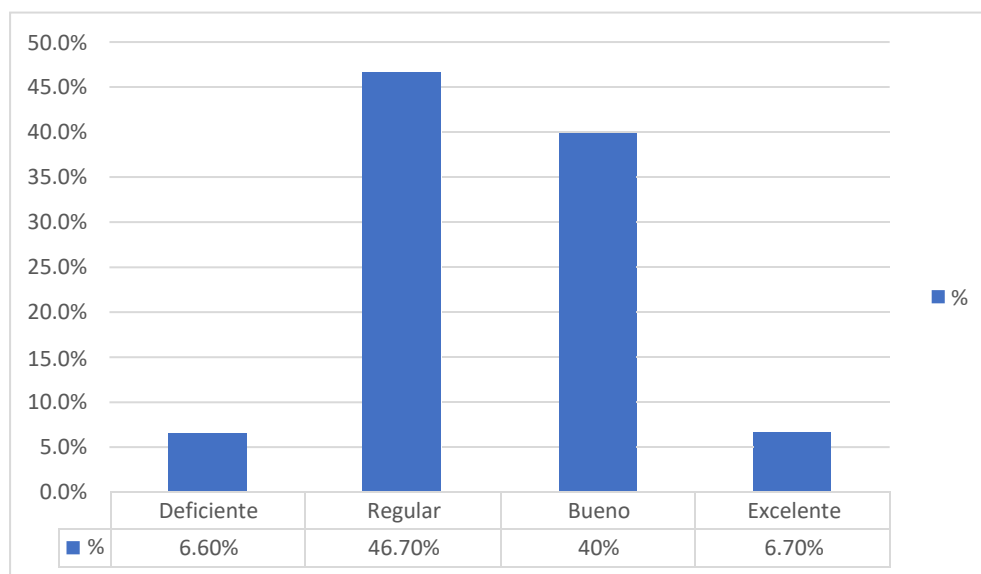


Figura 26. *Niveles de la dimensión de innovación.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla estadística 18 se muestra que el 46,7% de los sondeados manifiestan que existe un nivel regular en cuanto a la dimensión de innovación en la empresa, seguido del 40% que indica que el nivel es bueno, 6,7% indican que es excelente y el 3,7% que refiere que el nivel de la dimensión innovación de la empresa es deficiente. Casi la totalidad de trabajadores consideran que la dimensión de innovación se halla en un nivel alto.

4.3 Prueba de normalidad

Tabla 19. *Pruebas de normalidad.*

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacidad exportadora	,162	30	,044	,953	30	,200
Internacionalización	,182	30	,013	,943	30	,110

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: *Elaboración propia adaptado SPSS 25.*

Para la presente investigación se hace uso de los valores Shapiro-Wilk por la cantidad de datos que es menor a 50 encuestados, resultando que es normal con un valor de 0,953 para la primera variable y 0,943 para la segunda, como se muestra en la tabla 19.

4.4 Contrastación de la hipótesis

Hipótesis general

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 20. *Prueba de correlación según R-Pearson entre la variable capacidad exportadora y la variable internacionalización.*

		VI. Capacidad exportadora	VD. Internacionalización
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,873**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
internacionalización	Correlación de Pearson	,873**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la variable internacionalización, según Pearson de 0,873, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0.00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y la internacionalización es significativa.

Prueba de hipótesis específica 1

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 21. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión desarrollo exportador.*

		Capacidad exportadora	Desarrollo exportador
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,352
	Sig. (bilateral)		,056
	N	30	30
Desarrollo exportador	Correlación de Pearson	,352	1
	Sig. (bilateral)	,056	
	N	30	30

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión desarrollo exportador, según Pearson de 0,352, siendo este resultado positivo bajo, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.056 > 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis alterna y se admite la hipótesis nula. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y desarrollo exportador no es significativa.

Prueba de hipótesis específica 2

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 22. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características del entorno.*

		Capacidad exportadora	Características del entorno
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,852**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Características del entorno	Correlación de Pearson	,852**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión de características del entorno, según Pearson de 0,852, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características del entorno es significativa.

Prueba de hipótesis específica 3

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 23. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características internas.*

		Capacidad exportadora	Características internas
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,742**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Características internas	Correlación de Pearson	,742**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y las características internas, según Pearson de 0,742, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características internas es significativa.

Prueba de hipótesis específica 4

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 24. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión característica internas.*

		Capacidad exportadora	Características del sector
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,792**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Características internas	Correlación de Pearson	,792**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión de características del sector, según Pearson de 0,792, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0.00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características del sector es significativa.

Prueba de hipótesis específica 5

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018

Tabla 25. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión de características del emprendedor.*

		Capacidad exportadora	Características del emprendedor
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,626**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Características del emprendedor	Correlación de Pearson	,626**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión de características del emprendedor, según Pearson de 0,626, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características del emprendedor es significativa.

Prueba de hipótesis específica 6

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 26. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión recursos-capacidades.*

		Capacidad exportadora	Recursos- capacidades
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,695**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Recursos- capacidades	Correlación de Pearson	,695**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión recursos-capacidades, según Pearson de 0,695, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y los recursos-capacidades es significativa.

Prueba de hipótesis específica 7

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018.

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018.

Tabla 27. *Prueba de correlación según Pearson entre la variable capacidad exportadora y la dimensión innovación.*

		Capacidad exportadora	Innovación
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	1	,840**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Innovación	Correlación de Pearson	,840**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión innovación, según Pearson de 0,840, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y la innovación es significativa.

Prueba de hipótesis específica 8

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

Tabla 28. *Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad de producto y la variable internacionalización.*

		Capacidad de producto	Internacionalización
Capacidad de producto	Correlación de Pearson	1	,553**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	30	30
Internacionalización	Correlación de Pearson	,553**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la dimensión capacidad del producto y la variable internacionalización, según Pearson de 0,553, siendo este resultado moderado, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre la capacidad del producto y la internacionalización es significativa.

Prueba de hipótesis específica 9

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad del productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad del productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

Tabla 29. *Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad productiva y la variable internacionalización.*

		Capacidad productiva	Internacionalización
Capacidad productiva	Correlación de Pearson	1	,780**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Internacionalización	Correlación de Pearson	,780**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la dimensión capacidad productiva y la variable internacionalización, según Pearson de 0,780, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0.00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre la capacidad productiva y la internacionalización es significativa.

Prueba de hipótesis específica 10

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad comercial con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad comercial con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

Tabla 30. *Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad comercial y la variable internacionalización.*

		Capacidad comercial	Internacionalización
Capacidad comercial	Correlación de Pearson	1	,706**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
	Correlación de Pearson	,706**	1
Internacionalización	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la dimensión capacidad comercial y la variable internacionalización, según Pearson de 0,706, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre la capacidad comercial y la internacionalización es significativa.

Prueba de hipótesis específica 11

H1: Es posible que exista una relación positiva entre la capacidad gerencial con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

H0: Es posible que exista una relación negativa entre la capacidad gerencial con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018

Tabla 31. *Prueba de correlación según Pearson entre la dimensión capacidad gerencial y la variable internacionalización.*

		Capacidad gerencial	Internacionalizació n
Capacidad gerencial	Correlación de Pearson	1	,819**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Internacionalización	Correlación de Pearson	,819**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Interpretación:

Como se observa en la tabla anterior existe una correlación positiva entre la dimensión capacidad gerencial y la variable internacionalización, según Pearson de 0,819, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables.

De esta forma, el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre la capacidad gerencial y la internacionalización es significativa.

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Discusiones

El producto obtenido en la actual investigación, luego de trabajo de campo y análisis estadístico, muestran la importancia que tiene la capacidad exportadora en correlación a la internacionalización de la empresa, los puntos altos y bajos, para poder poner énfasis y preocupación sobre ellos, así poder corregirlos a tiempo. No es la primera investigación que realiza un análisis de la capacidad exportadora, debido a su gran importancia a nivel local, nacional e internacional, ya que es de interés de los dueños y directivos de cada empresa, conocer su propia organización y así potenciarla aumentando sus beneficios.

En una investigación realizada por Stefan (2013) sobre la capacidad exportadora de las PYME'S en Venezuela, primero realiza un focus group donde cinco empresas establecen valores porcentuales según el grado de importancia para las dimensiones capacidad del producto 40%, capacidad productiva 25%, capacidad comercial 20% y capacidad gerencial 15%, y posteriormente validado y confirmado por otras cinco empresas que también asignaron los mismos valores. Luego elabora una encuesta para aplicarla en otras diez

empresas, para que éstas puedan asignar valores del uno al cuatro para su propia empresa y así poder hacer una autoevaluación. Previamente Stefan elabora una matriz donde establece los indicadores a evaluar asignándole los puntajes del uno al cuatro usados en la encuesta. Para poder validar sus resultados, vuelve a aplicar la encuesta a otras diez empresas.

Como resultado, Stefan obtiene que nueve de las empresas tienen capacidad exportadora alta, nueve tienen capacidad media y dos tienen capacidad baja. Concluye que su investigación es una herramienta para reflexionar sobre las circunstancias de menor valoración, especialmente si falta la proporción entre ellas.

Dicha investigación sirvió como base para la presente, de manera que las variables que toma Stefan son propuestas por directivos, dueños y gerentes de diferentes empresas, lo que le da diversificación a su toma de datos, por lo cual, en la presente investigación se decide tomar esa información propuesta como la primera variable y sus dimensiones a medir, pero aplicada en el análisis más específico, realizándolo en una empresa de confecciones textiles y dejando el aspecto general que le dio Stefan en su investigación.

Por otro lado, investigación relacionada directamente a la segunda variable internacionalización, “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia” donde se evaluó la validez de la relación de las variables: desarrollo exportador, características del entorno, características internas, características del sector, características del emprendedor, recursos-capacidades, innovación, afirmando que las características del emprendedor respaldan positivamente en la internacionalización prematura de las pequeñas empresas ($y_{11} = 0,87$; $p < 0,01$). Aseverando que el uso eficiente de la sabiduría del empresario es una peculiaridad preponderante del fenómeno Born global (Escandón Barbosa & Hurtado Ayala, 2014). Entiéndase el termino Born Global como empresas nacidas para internacionalizarse, dejando de lado el proceso clásico

Uppsala de internacionalización, de la afirmación de la empresa en su mercado local para luego proyectar sus actividades en mercados extranjeros.

Las empresas con el fenómeno Born global requieren mantener su excelencia competitiva adhiriendo factores diferenciadores en su alteración productiva y sistema administrativo, dado que el rápido incremento exportador de una firma principiante genera la tradición exportadora del sector, la ubicación geográfica de la compañía compone uno de los factores que genera una virtud competitiva en el sector abordando hacia la internacionalización, ratificar que el emprendedor reconozca coyunturas de intercambio comercial vinculadas con la internacionalización, la singularidad de mejora es una característica vinculada a las empresas jóvenes que adicionalmente la inversión en innovación y desarrollo beneficia positivamente al desarrollo, los efectos determina que existe una relación provechosa entre ciertas particularidades del emprendedor con la internacionalización, donde un jefe adquiera ciertas particularidades de cualidad emprendedora y que benefician las exportaciones de una firma al enfrentarse al mercado global.

Cabe resaltar que las investigaciones mencionadas y estudiadas, se aplican en el sector textil, es decir en forma general para un determinado número de empresas, pero no para un caso en específico, lo que supone que no se ha considerado las particularidades que cada organización tiene, lo que la hace diferente del resto al momento de hacer una evaluación de sus capacidades exportadoras y capacidades en general.

La presente investigación pretendió realizar dicha evaluación, incluyendo las particularidades de la empresa en estudio, tomando en cuenta las minuciosidades que esta organización posee y obtiene a lo largo de su supervivencia empresarial, a través de experiencias positivas y negativas. Datos obtenidos directamente de los ejecutores principales, es decir, los trabajadores; sus percepciones muy singulares respecto a sus propias capacidades individuales y generales de la empresa.

La presente investigación obtuvo como producto del estudio estadístico que la mayoría de trabajadores sondeados consideran la capacidad exportadora de la empresa como buena a excelente, consideran igualmente a la internacionalización como buena a excelente. Y en la comprobación de hipótesis, aplicando la prueba estadística R-Pearson con un grado de 0,873, de tal manera que existe una relación positiva alta con una significancia menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se niega la hipótesis nula y se afirma la hipótesis alterna, es decir que existe una relación positiva entre capacidad exportador y la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa 2019.

Estos resultados complementan a las investigaciones antes citadas, en las cuales se menciona las dimensiones a tomar para evaluar la capacidad exportadora de un sector en la primera, y las dimensiones más importantes para lograr una internacionalización exitosa en la segunda. La vigente averiguación lo que hace es buscar esa relación entre capacidad exportadora y la internacionalización, en una empresa definida para su estudio, logrando verificar que existe una correlación autentica alta de mencionadas variables.

CONCLUSIONES

PRIMERO: Se determinó que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la variable internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,873, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para las dos variables. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y la internacionalización es significativa.

SEGUNDO: Se encontró que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,352, siendo este resultado positivo bajo, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0,056 > 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis alterna y se admite la hipótesis nula. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y desarrollo exportador no es significativa.

TERCERO: Se halló que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión característica del entorno de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,852, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características del entorno es significativa.

CUARTO: Se precisó que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión características internas de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,742, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características internas es significativa.

QUINTO: Se encontró que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión característica del sector de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,792, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características del sector es significativa.

SEXTO: Se halló que existe una relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión característica del emprendedor de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,626, siendo este resultado moderado, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y las características internas es significativa.

SÉPTIMO: Se encontró que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,695, siendo este resultado moderado, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y los recursos-capacidades es significativa.

OCTAVO: Se encontró que existe relación positiva entre la variable capacidad exportadora y la dimensión innovación de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,840, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad exportadora y la innovación es significativa.

NOVENO: Se halló que existe relación positiva entre la dimensión capacidad del producto y la variable internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,553, siendo este resultado moderado, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad del producto y la internacionalización es significativa.

DÉCIMO: Se halló que existe relación positiva entre la dimensión capacidad productiva y la variable internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según, según Pearson de 0,780, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad productiva y la internacionalización es significativa.

ONCEAVO: Se encontró que existe relación positiva entre la dimensión capacidad comercial y la variable internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según Pearson de 0,706, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad comercial y la internacionalización es significativa.

DOCEAVO: Se encontró que existe relación positiva entre la dimensión capacidad gerencial y la variable internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018. Según, según Pearson de 0,819, siendo este resultado alto, lo cual indica que cuando incrementa la relación en igual sentido aumenta para ambas. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,00 < 0,05$) por lo tanto se declina la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa. Indica ello, que existe suficiente evidencia científica para confirmar que la relación entre capacidad gerencial y la internacionalización es significativa.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se recomienda a la empresa P&P tomar acciones de capacitación gerencial, es decir, llevar diplomados sobre diversos temas administrativos, desde dirección de empresas hasta la exportación. Así poder lograr una actualización en conocimiento y poder aplicar lo aprendido en beneficio de la empresa. Implementar la capacidad exportadora haciendo hincapié en las capacidades de producto, producción, comercial y gerencial dentro de la empresa, ello permitirá mejorar la competitividad de la organización, así como la participación exitosa en ferias internacionales, realizar investigación de mercados, mejorar la relación con proveedores y clientes antes, durante y después del primer contacto, todo ello conllevará a una correcta y exitosa internacionalización.

SEGUNDO: Se recomienda a la empresa P&P llevar a cabo estrategias modernas y acordes a la actualidad sobre el ingreso y desarrollo de nuevos mercados, es importante el compromiso de los socios para las ocasiones futuras. La asociatividad bien realizada, con sólidas bases de compromiso y conociendo a los socios, es muy recomendable, ya que se pueden aprovechar oportunidades que una empresa sola no lograría.

TERCERO: Se recomienda a la empresa P&P definir una estrategia para aprovechar las características del entorno, desde las oportunidades de crecimiento que ofrece, hasta la forma en que se obtienen nuevos clientes, asistiendo a ruedas de negocios internacionales dadas a lo largo del territorio nacional por el estado, permitiéndole poder captar nuevos y mejores clientes del sector textil.

CUARTO: Se recomienda a la empresa P&P, establecer una estrategia de inversión en investigación y desarrollo, si bien es cierto es una empresa pequeña, pero pueden realizarse de acuerdo al tamaño y posibilidades, ya que generará nuevos productos y por ende atraerá nuevos y más clientes, el aumento de volumen de ventas y empleo. Lo cual a la larga devengará en mayores beneficios para la empresa, debido a que crecerá.

QUINTO: Se sugiere a la firma empresarial P&P invertir en tecnología en el área administrativa para poder estar actualizado y sobre todo poder lograr conectar con muchos más clientes, poder establecer una comunicación más atractiva y moderna, logrando así captar nuevos clientes. La tecnología en estos tiempos ya no es una opción ni mucho menos un lujo, es una obligación porque, si no está conectado al mundo, la posibilidad de desaparecer es inminente.

SEXTO: Se recomienda a la gerencia de la empresa P&P estar constantemente actualizándose en temas administrativos y sobre todo en exportación, llevar diplomados, maestrías, especializaciones sobre todo en temas que más conciernen a la empresa para así poder incrementar su capacidad exportadora, ya que de esta depende directamente la exitosa internacionalización de la empresa, como se ha demostrado en la presente investigación.

SÉPTIMO: Se recomienda a la empresa P&P tener una actitud positiva en pensar y actuar globalmente adaptando las gestiones empresariales a las exigencias del mercado internacional, desarrollar mejor la percepción de recursos y capacidades ya que son las que condicionan los modos de entrada hacia la internacionalización exitosa, hacer el uso de los contactos más directos, postular a programas subvencionados por el estado para permitirse ingresar a círculos altamente dinámicos que a su vez permitan formar alianzas estratégicas como a fuentes de financiación.

OCTAVO: Se recomienda a la empresa P&P incrementar sus capacidades en todo el proceso productivo en innovar en el diseño de productos textiles únicos permitiéndole encantar las necesidades de sus consumidores potenciales e incrementar la cartera de clientes, aplicar la innovación en toda la etapa de la trazabilidad del producto, desarrollar talleres para los colaboradores sobre innovación para que les permita adquirir nuevas habilidades y experiencias emprendedoras, que ellas mismas contribuyan a la generación de nuevas ideas permitiendo a la empresa internacionalizarse eficazmente.

NOVENO: Se recomienda a la empresa P&P incrementar sus niveles de competitividad aplicando diversas estrategias de comercialización, como la venta a tiendas especializadas, permitiéndole conocer sus atributos y funciones sobre todo distinguir y diferenciarse del resto y registrar la marca de productos en Indecopi. Ello permitirá a la empresa desarrollar el éxito hacia una internacionalización satisfactoria.

DÉCIMO: Se recomienda a la empresa P&P mejorar su gestión en cuanto a la capacidad instalada ya que tiene como objetivo empresarial incrementar su capacidad de producción para ello se tiene que calcular el empleo de tiempo, equipos y áreas productivas, sin afectar los regímenes de trabajo actuales. Aprovechar los vínculos comerciales que se tiene con los proveedores locales, nacionales e internacionales, con la intención de generar vínculos de crecimiento empresarial, incrementar el uso de equipos tecnológicos en las áreas de producción y administración ya que todo ello permitirá incrementar la capacidad productiva y conlleve a la internacionalización temprana y exitosa de la empresa.

ONCEAVO: Se recomienda a la empresa P&P tener en cuenta los aspectos fundamentales la identificación de mercados internacionales y la distribución física internacional, para colocar dichas prendas y que satisfagan con el requerimiento de mercado externo. Seleccionar los canales de comercialización más óptimos para llegar al público objetivo. Realizar estudios de inteligencia comercial ya que ellas le permitirán conocer el comportamiento y requerimiento del mercado meta, permitiendo la correcta internacionalización de la empresa.

DOCEAVO: Se recomienda a la empresa P&P centrar sus esfuerzos en el desempeño armonioso y dinámico con sus colaboradores, establecer alianzas estratégicas para ganar-ganar con un socio público, privado o una comunidad internacional, que cuenten con capacidad de recursos, técnicos, financieros para incrementar los beneficios de cooperación internacional permitiéndole generar valor agregado y ello hacia una internacionalización exitosa.

ANEXOS

ANEXO 1. INSTRUMENTO RECOLECCIÓN DE DATOS

Arequipa, 12 de Diciembre 2018

Señor

Lic.

Docente de la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Tecnológica del Perú – Sede Arequipa

Presente:

Asunto: Validación de instrumento

Estimado Licenciado:

En primer lugar, reciba usted un cordial saludo; luego, siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar en el siguiente tema de investigación: **“La capacidad exportadora y su relación con la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018”**.

A continuación, le presento los aspectos fundamentales a tomar en cuenta para la validación:

1. Matriz de Operacionalización de variables.
2. Matriz de consistencia.
3. Matriz del instrumento de recojo de datos.
4. El instrumento (cuestionario).
5. Formato de validación de juicio de experto.
6. Alfa de Cronbach de la prueba piloto

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradeceré su valiosa cooperación.

Atentamente;

Edwin Whalmor Toledo Huillca

DNI:47275005

Paul Alberto Hinojosa Alatriza

DNI: 45690930

Escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Tecnológica del Perú

Estimado señor (a): Estamos llevando a cabo una investigación sobre la capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa P&P que servirá para elaborar una tesis en la Universidad Tecnológica del Perú. Quisiéramos pedir su ayuda en las respuestas de esta encuesta que no le tomará mucho tiempo. Sus respuestas son confidenciales y no hay preguntas sobre información delicada de su empresa. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales. Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Lea las instrucciones cuidadosamente.

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Encuesta para elaborar tesis profesional sobre la capacidad exportadora y su relación con la internacionalización.

INSTRUCCIONES

Emplee un lápiz o un bolígrafo de tinta negra para responder el cuestionario. Al hacerlo, piense en lo que sucede la mayoría de las veces en su trabajo.

No hay respuestas correctas o incorrectas. Simplemente reflejan su opinión personal.

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted. Solamente una opción.

Marque con claridad la opción elegida con una cruz o tache, o bien, una “paloma” (símbolo de verificación). Recuerde: NO se deben marcar dos opciones.

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario y le explicó la importancia de su participación.

CONFIDENCIALIDAD

Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Los cuestionarios serán procesados por personas externas. Además, como usted puede ver, en ningún momento se le pide su nombre.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

FICHA NRO.		GERENTE		OPERA RIO	
------------	--	---------	--	-----------	--

CARACTERISTICAS DEL ENCUESTADO

Edad De 18 a 24 años ☐ De 29 a 32 años ☐ Mas de 37 años ☐

De 25 a 28 años ☐ De 33 a 36 años ☐

Género Femenino ☐ Masculino ☐

Estado civil Soltero ☐ Casado ☐ Viudo ☐ Divorciado ☐ Conviviente ☐

Grado Académico Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐

Años de experiencia laboral Sin experiencia ☐ Menos de 2 años ☐ De 2 a 5 años ☐ Mas de 6 años ☐

Años de experiencia exportadora Sin experiencia ☐ Menos de 2 años ☐ De 2 a 5 años ☐ Mas de 6 años ☐

Marque con una X de las siguientes afirmaciones según su conocimiento y experiencia personal										
1	¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?				2	¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?				
					1	2	3	4	5	
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
3	¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?				4	¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
5	¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)				6	¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
7	¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?				8	¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
9	¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?				10	¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
11	¿Realiza control de calidad con normas precisas en planta y proveedor?				12	¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
13	¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?				14	¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

15	¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?					16	¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
17	¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?					18	¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
19	¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)					20	¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como Japon?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
21	¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?					22	¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
23	¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?					24	¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
25	¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?					26	¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
27	¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?					28	¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnológicas en el área administrativa?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

29	¿Considera usted que su sector de actividad es altamente competitivo?					30	¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se encuentra en crecimiento?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
31	¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?					32	¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
33	¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?					34	¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
35	¿La empresa recurre a fuentes de financiamiento para los procesos de producción?					36	¿Cómo se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
37	¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?					38	¿Con que frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente		Nunca	Raramente	Ocasionalm	Frecuente	Muy

ANEXO 2 VALIDACIONES DEL INSTRUMENTO

Certificado de validez de contenido que mide: capacidad exportadora y la internacionalización.

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: Fernando Pozo Gonzales FECHA: 17/12/15

INSTRUMENTO:

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
P1¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P2¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P3¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P4¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P5¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P6¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P7¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P8¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P9¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P10¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P11¿Realiza control de calidad con normas precisas en planta y proveedor?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P12¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere mejoras	Apto	
P13¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P14¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P15¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P16¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P17¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P18¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P19¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P20¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como Japon?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P21¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P22¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P23¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P24¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P25¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P26¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
P27¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P28¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnológicas en el área administrativa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P29¿Considera usted que su sector de actividad es altamente competitivo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P30¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se encuentra en crecimiento?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P31¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P32¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P33¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P34¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P35¿La empresa recurre a fuentes de financiamiento para los procesos de producción?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P36¿Cómo se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P37¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P38¿Con que frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, Germánico Pozo Gonzales IDENTIFICADO
 CON DNI. N° 29257072 Y N° DE COLEGIATURA _____ CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: EDWIN TOLEDO HUIILLCA , ALBERTO HINOJOSA ALATRISTA.
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Germánico Pozo Gonzales
29257072

Certificado de validez de contenido que mide: capacidad exportadora y la internacionalización.

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: Jorge Escobedo Rojas FECHA: 18/12/18

INSTRUMENTO:

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere ajustes	Apto	
P1¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P2¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P3¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P4¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P5¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P6¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P7¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P8¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P9¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P10¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P11¿Realiza control de calidad con normas precisas en planta y proveedor?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P12¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere respuestas	Apto	
P13¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P14¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P15¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P16¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P17¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P18¿Considera usted que la empresa tiene capacidad de aliarse para entrar en mercados internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P19¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P20¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como Japon?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P21¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P22¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P23¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P24¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P25¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P26¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
P27¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P28¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnológicas en el área administrativa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P29¿Considera usted que su sector de actividad es altamente competitivo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P30¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se encuentra en crecimiento?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P31¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P32¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P33¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P34¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P35¿La empresa recurre a fuentes de financiamiento para los procesos de producción?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P36¿Cómo se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P37¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P38¿Con que frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, Jorge Escobedo Pajuelo IDENTIFICADO
 CON DNI. N° _____ Y N° DE COLEGIATURA _____ CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: EDWIN TOLEDO HUIILLCA , ALBERTO HINOJOSA ALATRISTA.
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (✓) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR () NO APLICABLE ()


AQP Brokers
 ASOCIACIÓN Y SERVICIOS EN COMERCIO EXTERIOR
Jorge Escobedo P.
 JORGE ESCOBEDO P.
 GERENTE GENERAL

Certificado de validez de contenido que mide: capacidad exportadora y la internacionalización.

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: CESAR MEDRANO RODRIGUEZ FECHA: 19-12-2018

INSTRUMENTO:

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
P1¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P2¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P3¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P4¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P5¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P6¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P7¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P8¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P9¿Cree usted que la estructura de la empresa está adecuada para la exportación?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P10¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P11¿Cree usted que la empresa realiza control de calidad con normas precisas en planta y proveedor?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P12¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere ajustes	Apto	
P13¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P14¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P15¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P16¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P17¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P18¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P19¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P20¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P21¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P22¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P23¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P24¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P25¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P26¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
P27¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P28¿Cree usted que se encuentra el nivel tecnológico de su empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P29¿Considera usted que su sector de actividad es altamente competitivo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P30¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se encuentra en crecimiento?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P31¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P32¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P33¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P34¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P35¿Considera usted que la frecuencia de uso de fuentes de financiación de la empresa es constante?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P36¿Considera usted que se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P37¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
P38¿Considera usted que el número de empresas que ofrecen un producto desconocido o poco familiar para sus clientes potenciales está en crecimiento?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, CEGAR MEDIANO RODRIGUEZ IDENTIFICADO
 CON DNI. N° 29564912 Y N° DE COLEGIATURA 969 CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: EDWIN TOLEDO HUIILLCA, ALBERTO HINOJOSA ALATRISTA.
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (☒) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Edwin Toledo

ANEXO 3 CONFIABILIDADES DE LA VARIABLE CAPACIDAD EXPORTADORA

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,856	,838	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?	59.13	43.775	0.671		0.844
P2¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?	58.97	48.792	-0.101		0.865
P3¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?	58.97	48.930	-0.115		0.867
P4¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de	58.53	44.189	0.586		0.846
P5¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)	59.73	38.271	0.736		0.833
P6¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?	59.97	44.999	0.353		0.853
P7¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?	59.53	43.361	0.626		0.844
P8¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?	58.63	50.033	-0.232		0.874
P9¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?	59.87	39.568	0.791		0.832
P10¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?	60.30	41.872	0.527		0.846
P11¿Realiza control de calidad con normas precisas en planta y	59.47	42.257	0.599		0.843
P12¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?	59.83	48.006	0.026		0.862
P13¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?	59.07	43.237	0.588		0.844
P14¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?	59.27	42.202	0.505		0.847
P15¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?	59.93	43.237	0.553		0.845
P16¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?	60.53	37.154	0.770		0.831
P17¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?	59.97	43.137	0.490		0.848
P18¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?	61.00	40.138	0.601		0.842

ANEXO 4 CONFIABILIDADES DE LA VARIABLE INTERNACIONALIZACIÓN

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Resumen de procesamiento de

casos

	N	%
Casos Válido	30	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,938	,934	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Cronbach si el elemento se ha suprimido
P19¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)	61.17	117.523	-0.230		0.948
P20¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como	61.77	100.668	0.810		0.932
P21¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?	61.70	99.803	0.857		0.931
P22¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?	62.47	101.499	0.811		0.932
P23¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?	62.17	97.178	0.860		0.930
P24¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?	60.67	113.471	0.045		0.943
P25¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?	61.27	105.582	0.729		0.934
P26¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?	62.60	94.869	0.827		0.931
P27¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?	61.90	100.714	0.755		0.933
P28¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnológicas en el área administrativa?	62.97	107.895	0.506		0.937
P29¿Considera usted que su sector de actividad es altamente	60.93	104.202	0.724		0.934
P30¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se	61.63	106.102	0.562		0.936
P31¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?	61.63	100.930	0.781		0.932
P32¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del	62.47	100.947	0.799		0.932
P33¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?	61.43	105.426	0.709		0.934
P34¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?	62.43	101.426	0.662		0.935
P35¿La empresa recurre a fuentes de financiamiento para los procesos de producción?	62.37	112.171	0.164		0.941
P36¿Cómo se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?	62.27	94.961	0.876		0.930
P37¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?	61.17	108.351	0.576		0.937
P38¿Con qué frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?	62.53	99.085	0.782		0.932

RESULTADOS POR PREGUNTA

Tabla 1. Actividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	GERENTE	4	13,3	13,3	13,3
	OPERARIO	26	86,7	86,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 2. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 24 años	3	10,0	10,0	10,0
	De 25 a 28 años	12	40,0	40,0	50,0
	De 29 a 32 años	5	16,7	16,7	66,7
	De 33 a 36 años	4	13,3	13,3	80,0
	Mas de 37 años	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 3. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	20	66,7	66,7	66,7
	Masculino	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 4. Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	7	23,3	23,3	23,3
	Casado	9	30,0	30,0	53,3
	Conviviente	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 5. Grado Académico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	10	33,3	33,3	33,3
	Técnico	13	43,3	43,3	76,7
	Universitario	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 6. Años de experiencia laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin experiencia	1	3,3	3,3	3,3
	Menos de 2 años	6	20,0	20,0	23,3
	De 2 a 5 años	15	50,0	50,0	73,3
	Mas de 6 años	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 7. Años de experiencia exportadora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin experiencia	2	6,7	6,7	6,7
	Menos de 2 años	19	63,3	63,3	70,0
	De 2 a 5 años	6	20,0	20,0	90,0
	Mas de 6 años	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 8. P1 ¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	13,3	13,3	13,3
	Aceptable	23	76,7	76,7	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 9. P2 ¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	3,3	3,3	3,3
	Aceptable	24	80,0	80,0	83,3
	Completamente	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 10. P3 ¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	6,7	6,7	6,7
	Aceptable	22	73,3	73,3	80,0
	Completamente	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 11. P4 ¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aceptable	13	43,3	43,3	43,3
	Completamente	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 12. P5 ¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	8	26,7	26,7	26,7
	Regular	6	20,0	20,0	46,7
	Aceptable	13	43,3	43,3	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 13. P6 ¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	4	13,3	13,3	13,3
	Regular	18	60,0	60,0	73,3
	Aceptable	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 14. P7 ¿Cree usted que la empresa podría contar con acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	1	3,3	3,3	3,3
	Regular	11	36,7	36,7	40,0
	Aceptable	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 15. P8 ¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es el pedido de productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	6,7	6,7	6,7
	Aceptable	12	40,0	40,0	46,7
	Completamente	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 16. P9 ¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	7	23,3	23,3	23,3
	Regular	9	30,0	30,0	53,3
	Aceptable	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 17. P10 ¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional moderna?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	14	46,7	46,7	46,7
	Regular	8	26,7	26,7	73,3
	Aceptable	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 18. P11 ¿Realiza control de calidad con normas precisas en planta y proveedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	3	10,0	10,0	10,0
	Regular	6	20,0	20,0	30,0
	Aceptable	20	66,7	66,7	96,7
	Completamente	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 19. P12 ¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	22	73,3	73,3	73,3
	Aceptable	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 20. P13 ¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	5	16,7	16,7	16,7
	Aceptable	19	63,3	63,3	80,0
	Completamente	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 21. P14 ¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	3	10,0	10,0	10,0
	Regular	4	13,3	13,3	23,3
	Aceptable	18	60,0	60,0	83,3
	Completamente	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 22. P15 ¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	3	10,0	10,0	10,0
	Regular	20	66,7	66,7	76,7
	Aceptable	6	20,0	20,0	96,7
	Completamente	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 23. P16 ¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	6	20,0	20,0	20,0
	Poco	7	23,3	23,3	43,3
	Regular	12	40,0	40,0	83,3
	Aceptable	4	13,3	13,3	96,7
	Completamente	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 24. P17 ¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	4	13,3	13,3	13,3
	Regular	20	66,7	66,7	80,0
	Aceptable	4	13,3	13,3	93,3
	Completamente	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 25. P18 ¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	12	40,0	40,0	40,0
	Poco	3	10,0	10,0	50,0
	Regular	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 26. P19 ¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	26,7	26,7	26,7
	Aceptable	15	50,0	50,0	76,7
	Completamente	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 27. P20 ¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como Japon?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	4	13,3	13,3	13,3
	Regular	13	43,3	43,3	56,7
	Aceptable	11	36,7	36,7	93,3
	Completamente	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 28. P21 ¿Cree usted que el entorno ofrece oportunidades para el establecimiento de nuevas empresas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	3	10,0	10,0	10,0
	Regular	14	46,7	46,7	56,7
	Aceptable	10	33,3	33,3	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 29. P22 ¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia definida para incrementar sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	1	3,3	3,3	3,3
	Poco	12	40,0	40,0	43,3
	Regular	13	43,3	43,3	86,7
	Aceptable	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 30. P23 ¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	1	3,3	3,3	3,3
	Poco	11	36,7	36,7	40,0
	Regular	6	20,0	20,0	60,0
	Aceptable	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 31. P24 ¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	6,7	6,7	6,7
	Aceptable	12	40,0	40,0	46,7
	Completamente	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 32. P25 ¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	7	23,3	23,3	23,3
	Aceptable	20	66,7	66,7	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 33. P26 ¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigación y desarrollo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	7	23,3	23,3	23,3
	Poco	8	26,7	26,7	50,0
	Regular	7	23,3	23,3	73,3
	Aceptable	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 34. P27 ¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	8	26,7	26,7	26,7
	Regular	7	23,3	23,3	50,0
	Aceptable	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 35. P28 ¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnológicas en el área administrativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	2	6,7	6,7	6,7
	Poco	22	73,3	73,3	80,0
	Regular	5	16,7	16,7	96,7
	Aceptable	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 36. P29 ¿Considera usted que su sector de actividad es altamente competitivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	13,3	13,3	13,3
	Aceptable	16	53,3	53,3	66,7
	Completamente	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 37. P30 ¿Considera usted que la intensidad exportadora del sector se encuentra en crecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	2	6,7	6,7	6,7
	Regular	12	40,0	40,0	46,7
	Aceptable	15	50,0	50,0	96,7
	Completamente	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 38. P31 ¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	3	10,0	10,0	10,0
	Regular	12	40,0	40,0	50,0
	Aceptable	12	40,0	40,0	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 39. P32 ¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	2	6,7	6,7	6,7
	Poco	10	33,3	33,3	40,0
	Regular	14	46,7	46,7	86,7
	Aceptable	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 40. P33 ¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	36,7	36,7	36,7
	Aceptable	17	56,7	56,7	93,3
	Completamente	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 41. P34 ¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	2	6,7	6,7	6,7
	Poco	11	36,7	36,7	43,3
	Regular	12	40,0	40,0	83,3
	Aceptable	4	13,3	13,3	96,7
	Completamente	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 41. P35 ¿La empresa recurre a fuentes de financiamiento para los procesos de producción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	9	30,0	30,0	30,0
	Regular	19	63,3	63,3	93,3
	Aceptable	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 42. P36 ¿Cómo se encuentre el nivel de innovación de los productos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	3	10,0	10,0	10,0
	Poco	10	33,3	33,3	43,3
	Regular	5	16,7	16,7	60,0
	Aceptable	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 43. P37 ¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	13,3	13,3	13,3
	Aceptable	23	76,7	76,7	90,0
	Completamente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

Tabla 44. P38 ¿Con que frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	10,0	10,0	10,0
	Raramente	12	40,0	40,0	50,0
	Ocasionalmente	9	30,0	30,0	80,0
	Frecuentemente	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia adaptado SPSS 25.

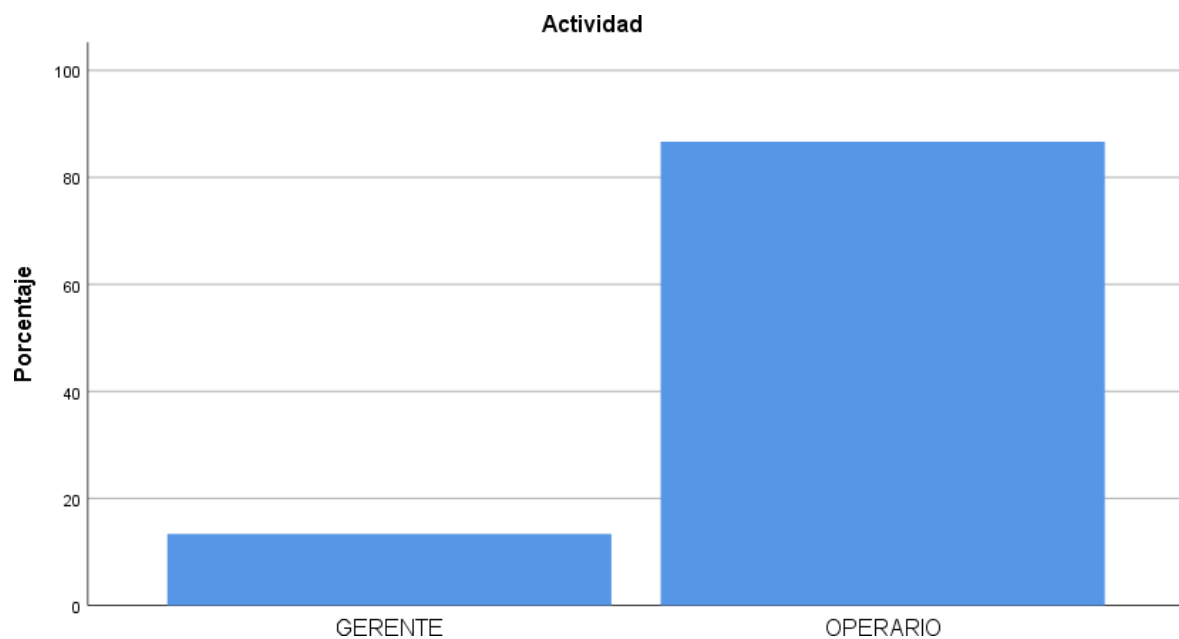


Figura 1. Actividad.

Fuente: Elaboración propia.

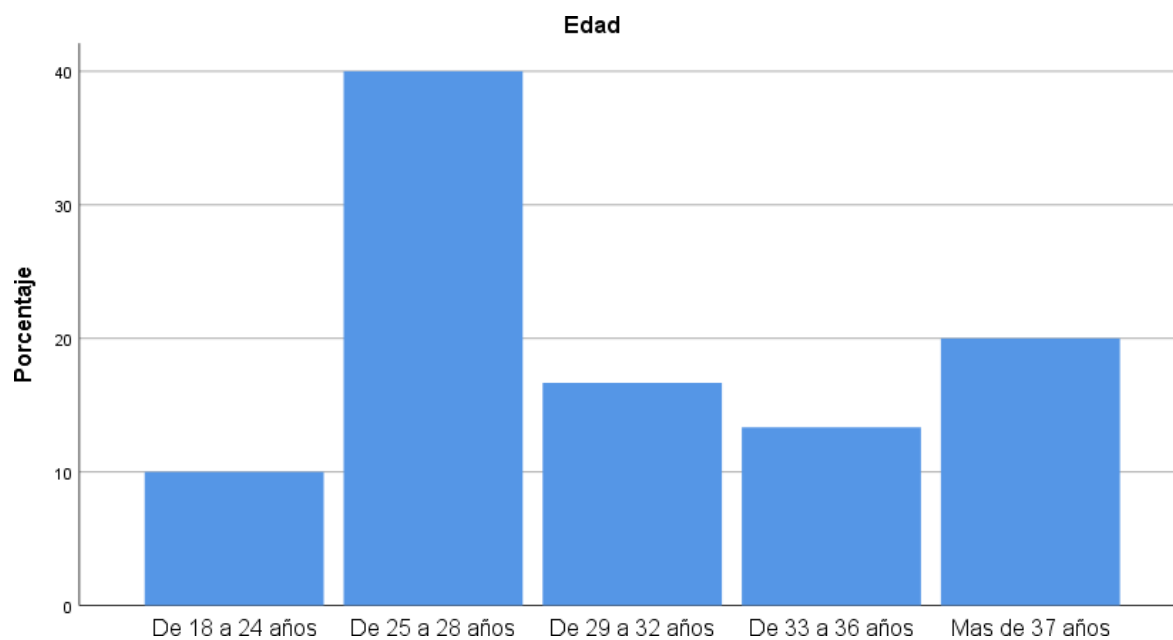


Figura 2. Edad.

Fuente: Elaboración propia.

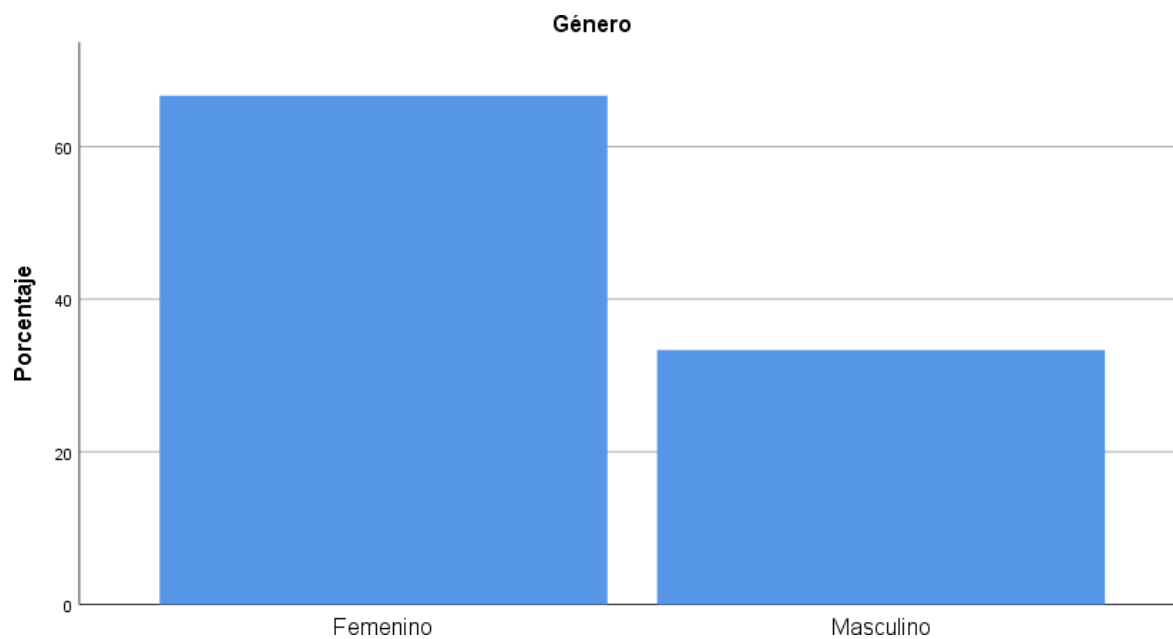


Figura 3. Género.

Fuente: Elaboración propia.

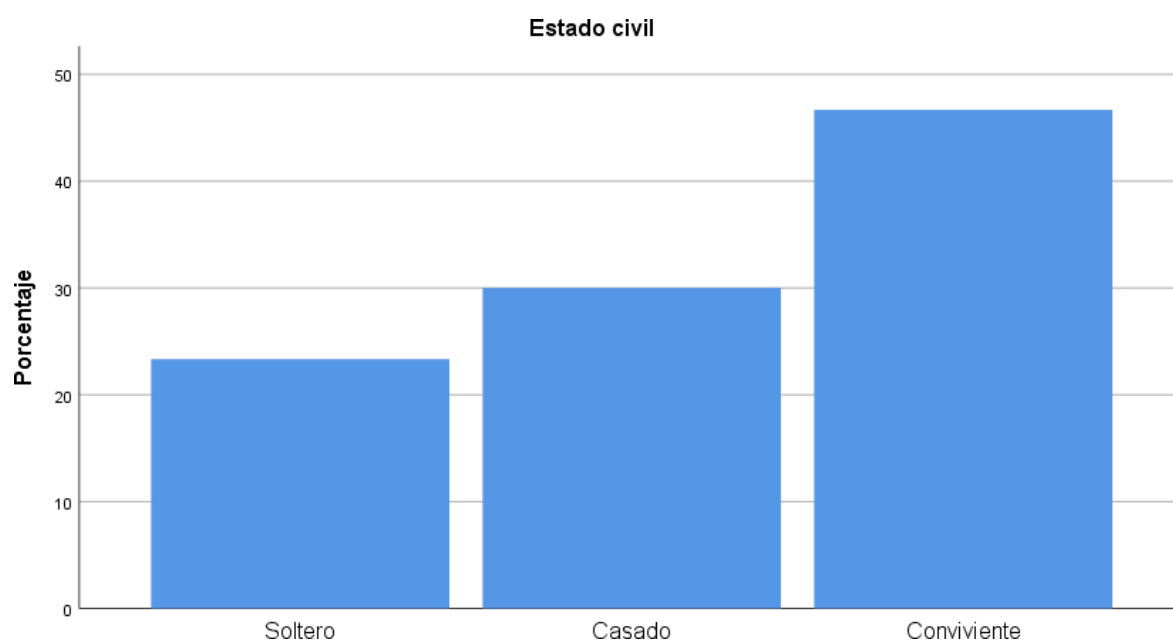


Figura 4. Estado civil.

Fuente: Elaboración propia.

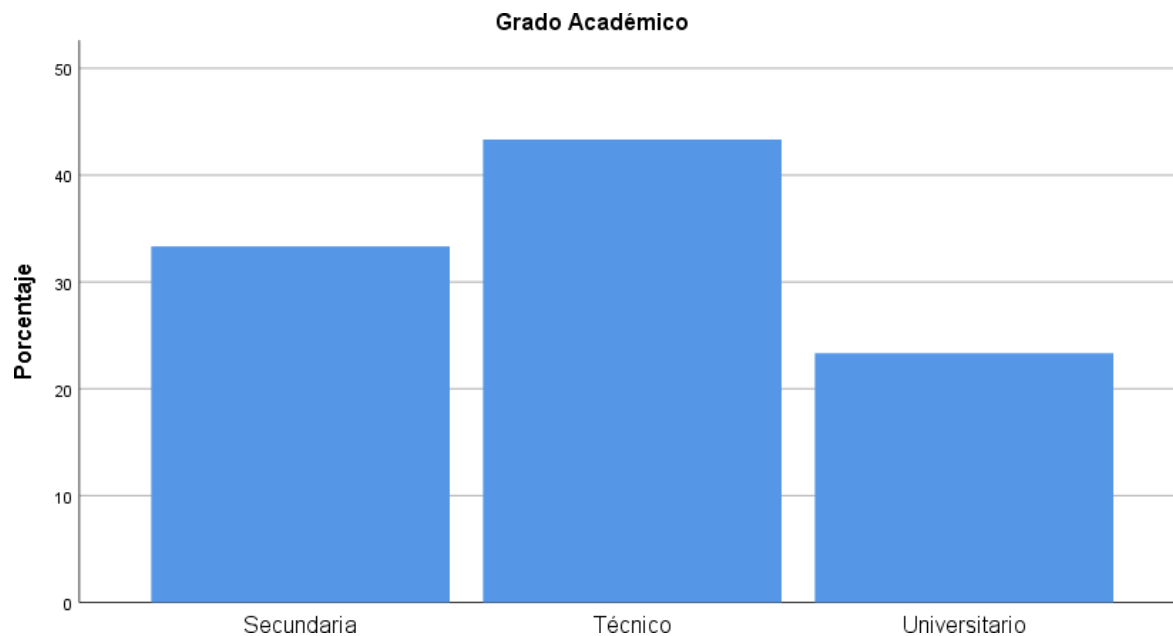


Figura 5. Grado académico.

Fuente: Elaboración propia.

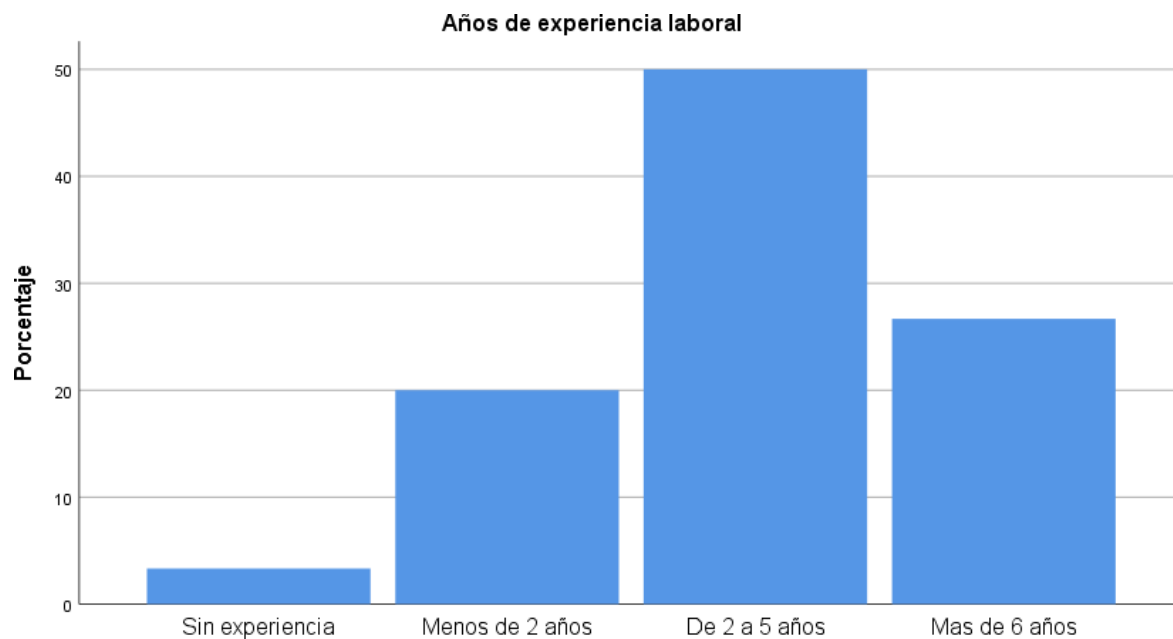


Figura 6. Años de experiencia laboral.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Años de experiencia exportadora.

Fuente: Elaboración propia.

P1¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?

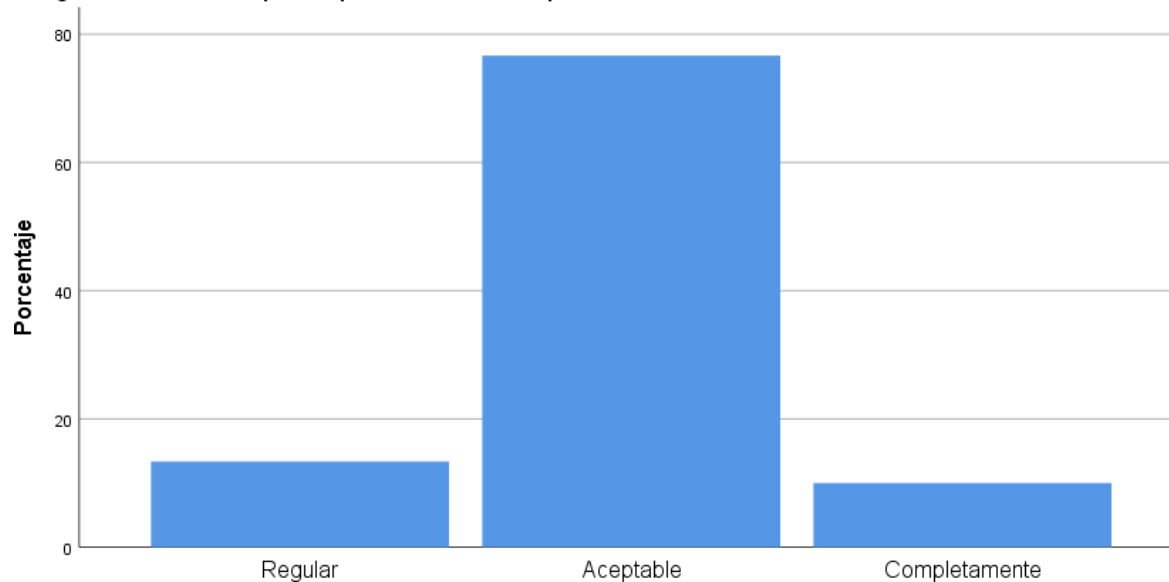


Figura 8. Pregunta 1.

Fuente: Elaboración propia.

P2¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?

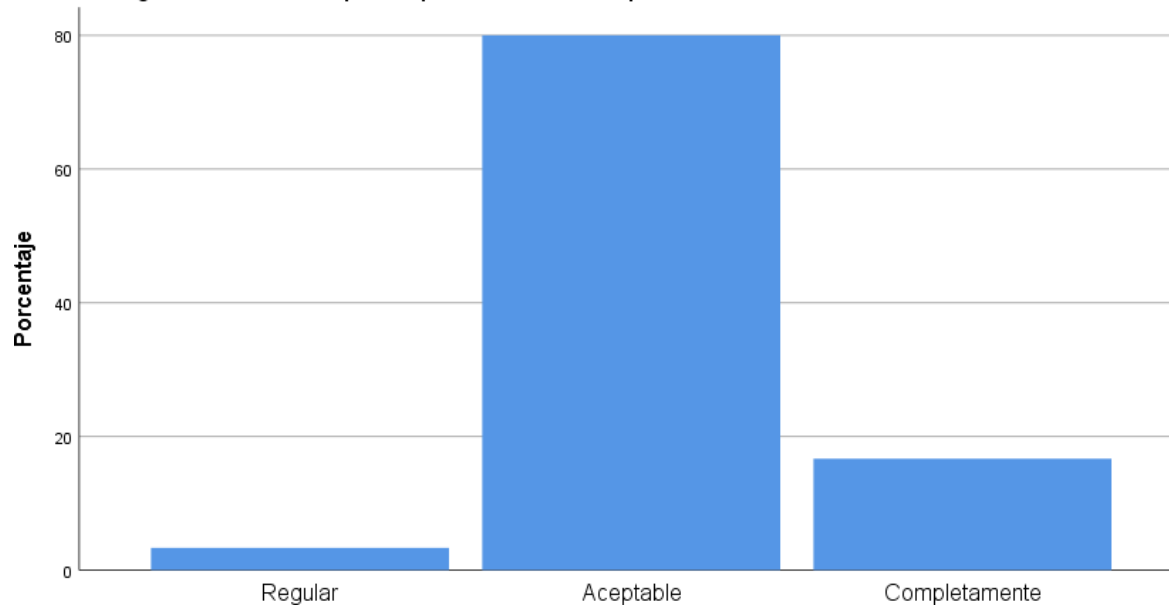


Figura 9. Pregunta 2.

Fuente: Elaboración propia.

P3¿Considera usted que los productos exportados de la empresa tienen posibilidad de ser adaptados al mercado?

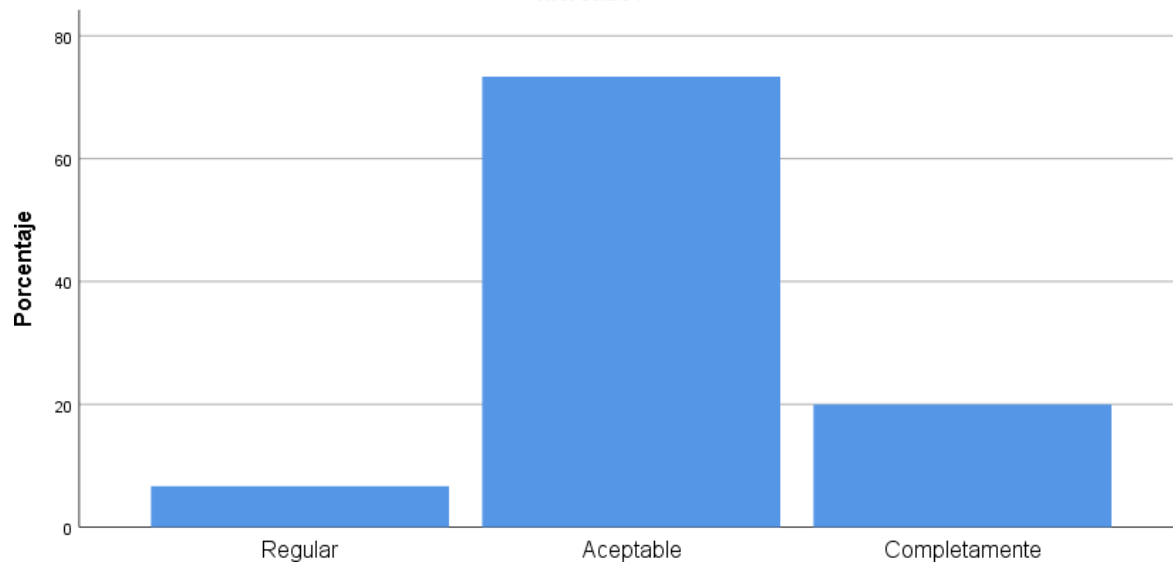


Figura 10. Pregunta 3.

Fuente: Elaboración propia.

P4¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?

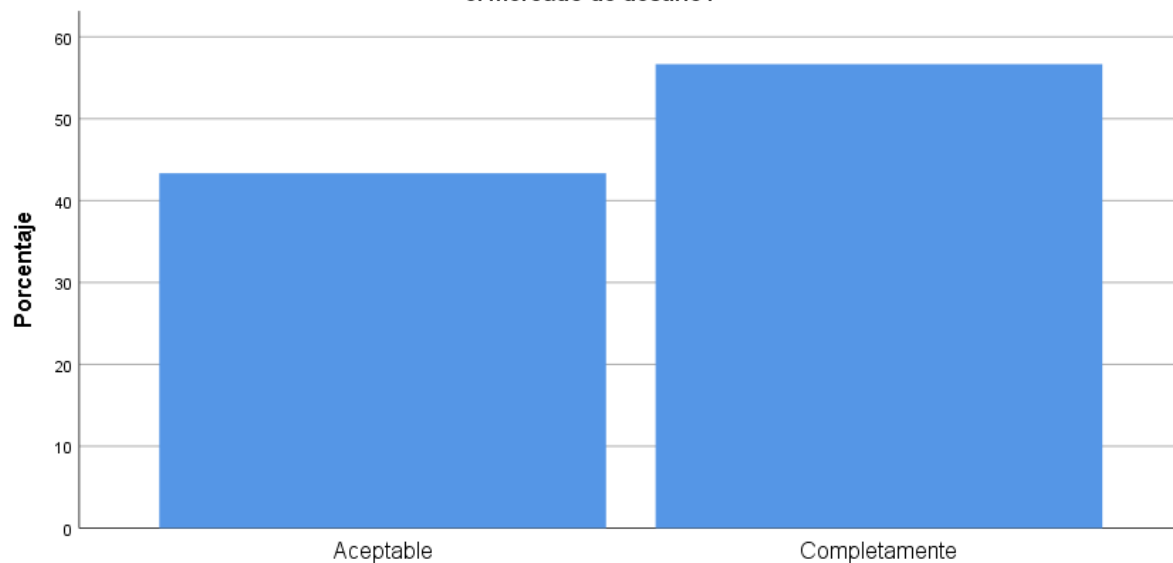


Figura 11. Pregunta 4.

Fuente: Elaboración propia.

P5¿Cree usted que tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa en estos dos aspectos? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)

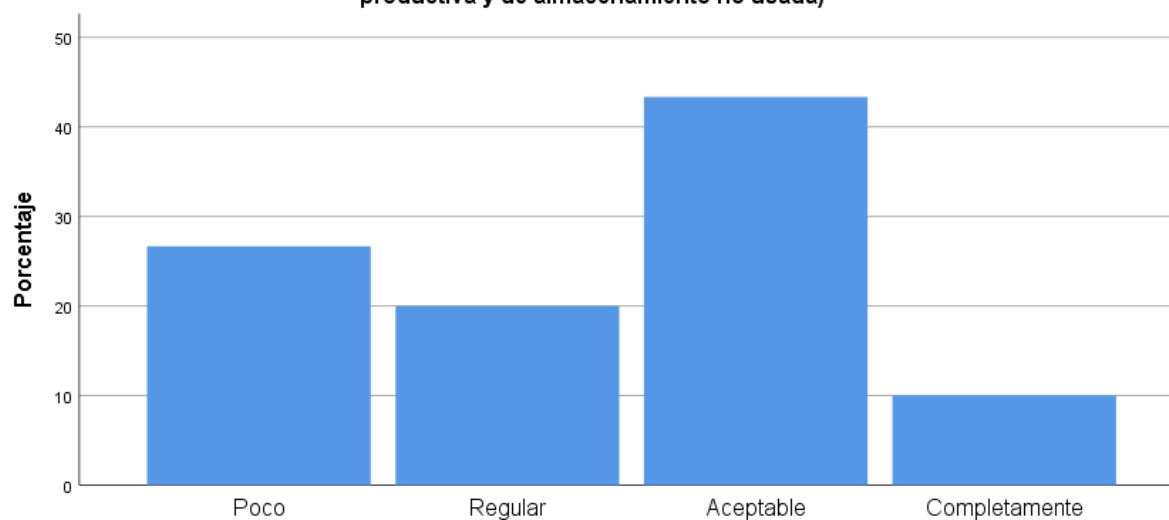


Figura 12. Pregunta 5.

Fuente: Elaboración propia.

P6¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?

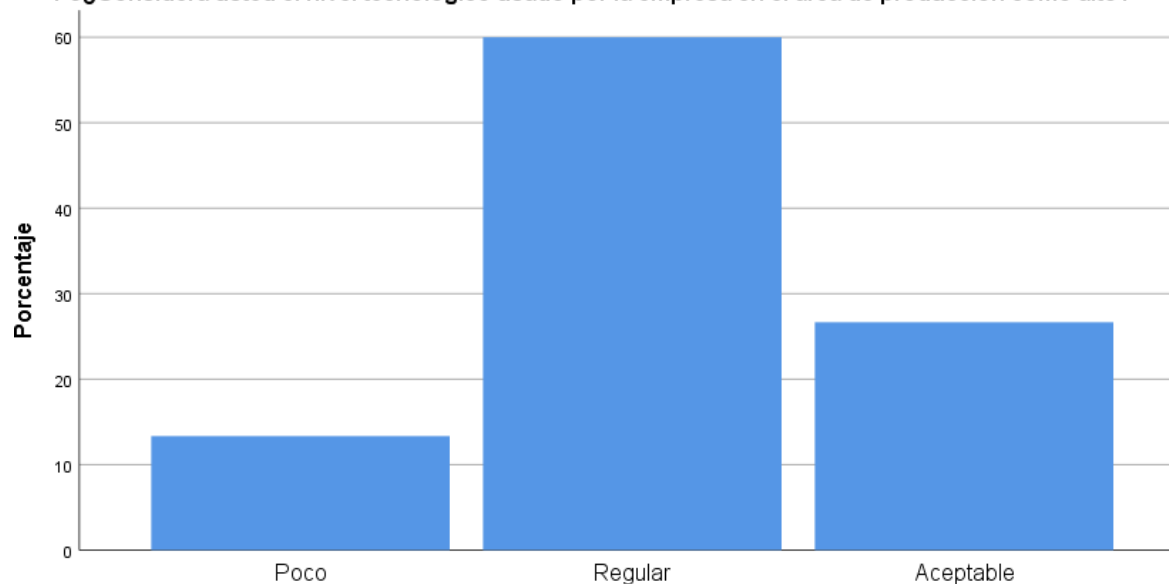


Figura 13. Pregunta 6.

Fuente: Elaboración propia.

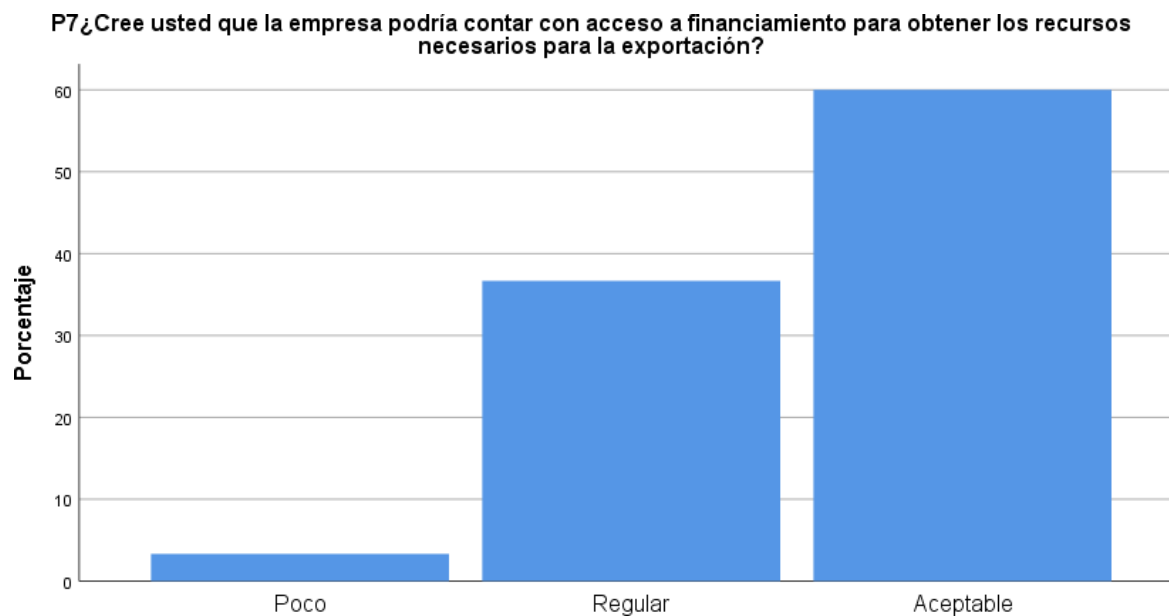


Figura 14. Pregunta 7.

Fuente: Elaboración propia.

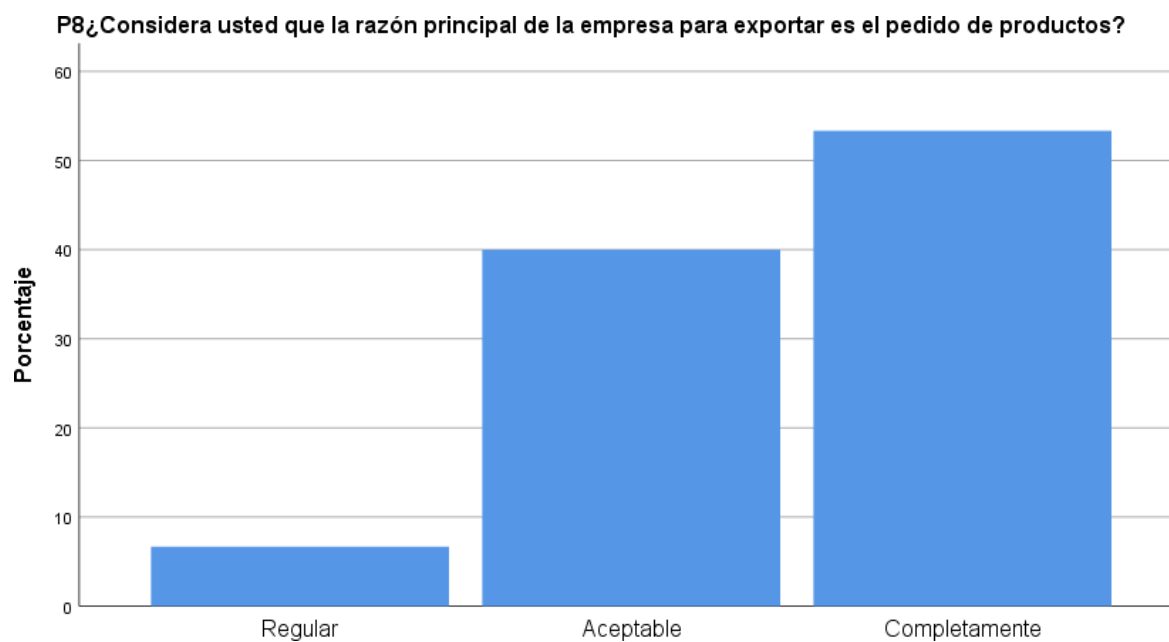


Figura 15. Pregunta 8.

Fuente: Elaboración propia.

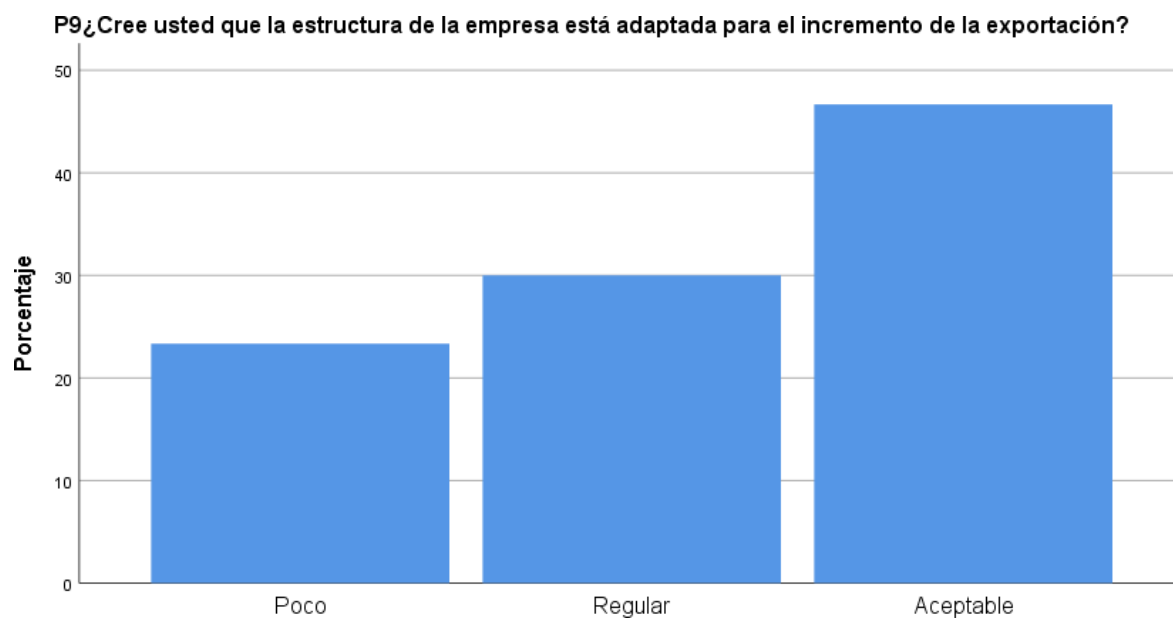


Figura 16. Pregunta 9.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 17. Pregunta 10.

Fuente: Elaboración propia.

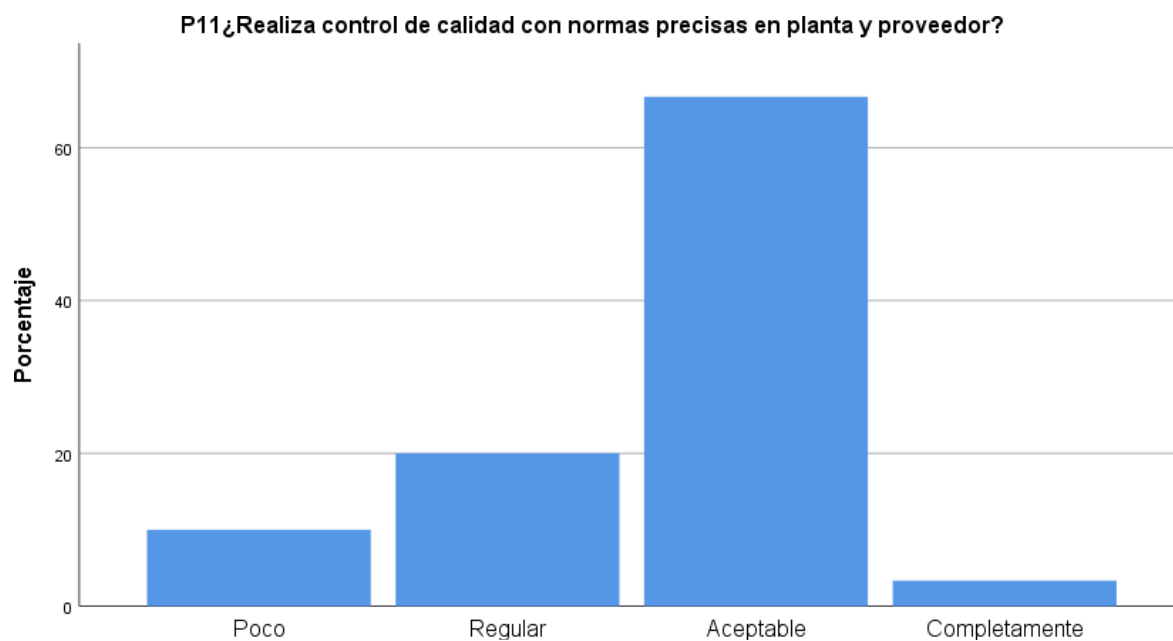


Figura 18. Pregunta 11.

Fuente: Elaboración propia.

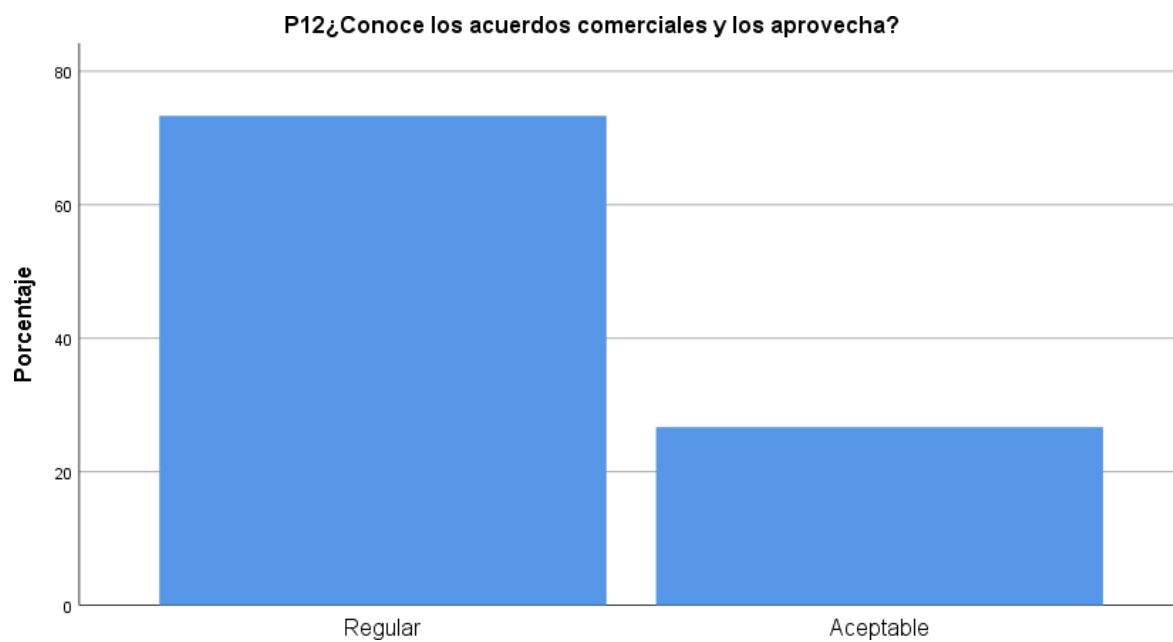


Figura 19. Pregunta 12.

Fuente: Elaboración propia.

P13¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?

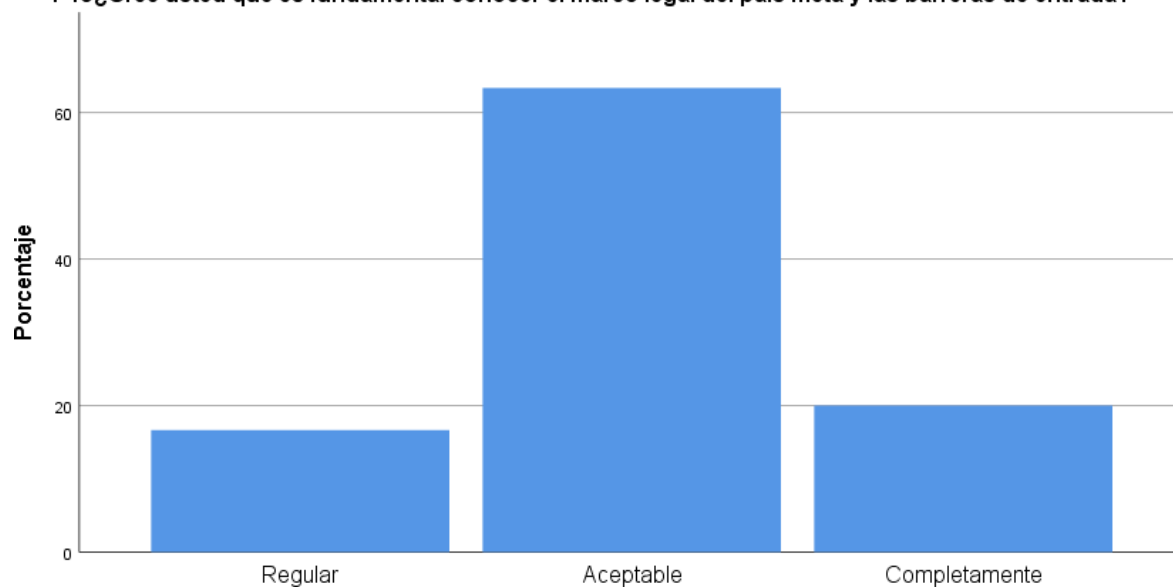


Figura 20. Pregunta 13.

Fuente: Elaboración propia.

P14¿Considera usted que son fundamentales realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?

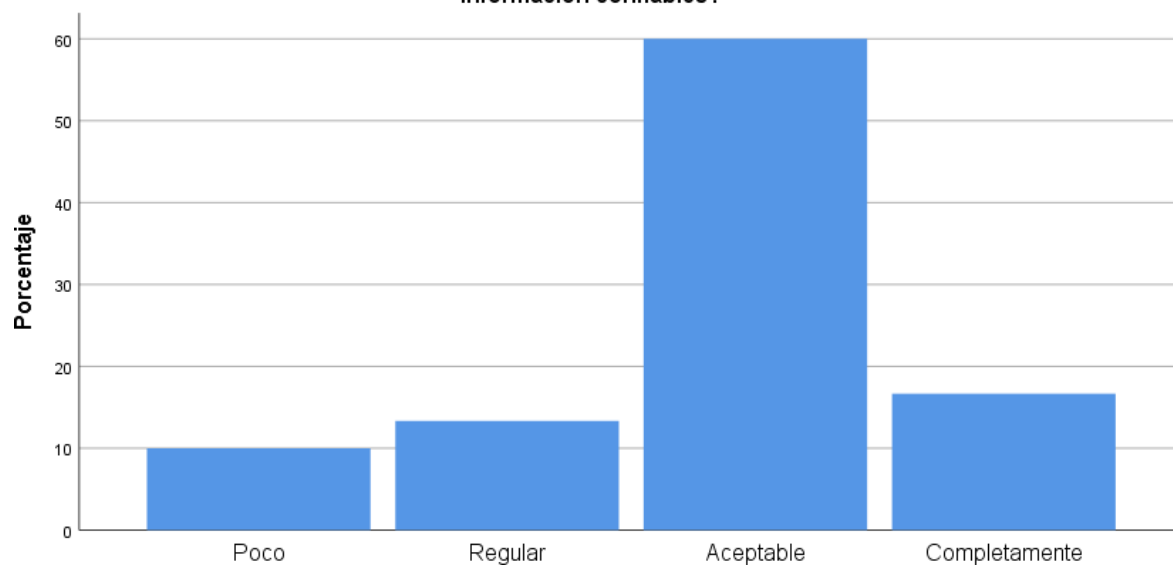


Figura 21. Pregunta 14.

Fuente: Elaboración propia.

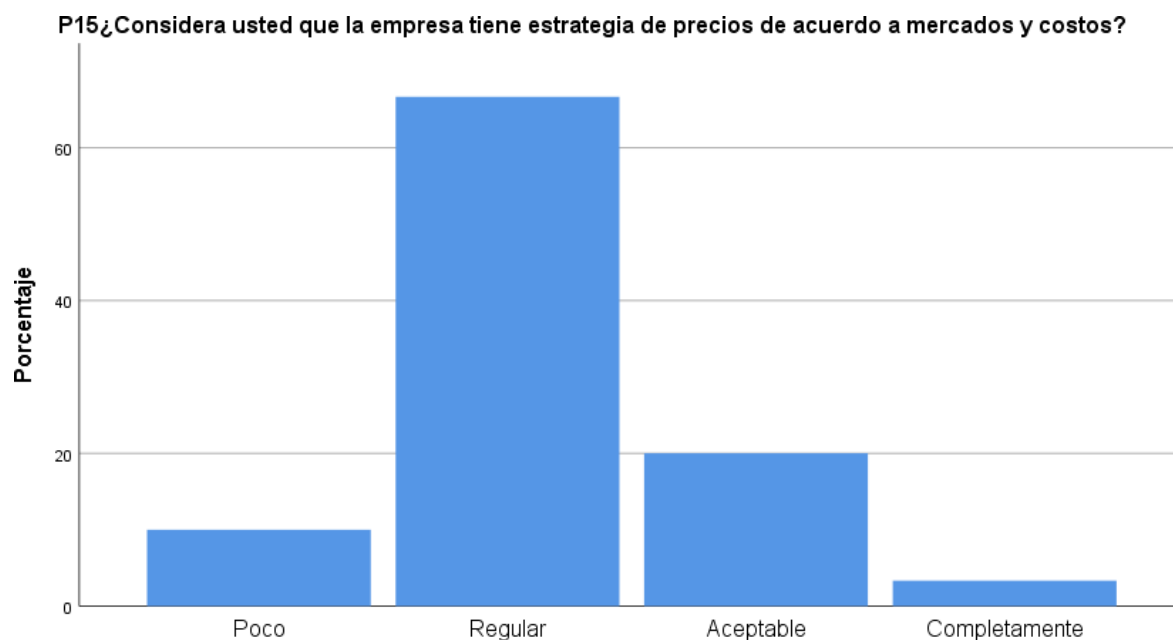


Figura 22. Pregunta 15.

Fuente: Elaboración propia.

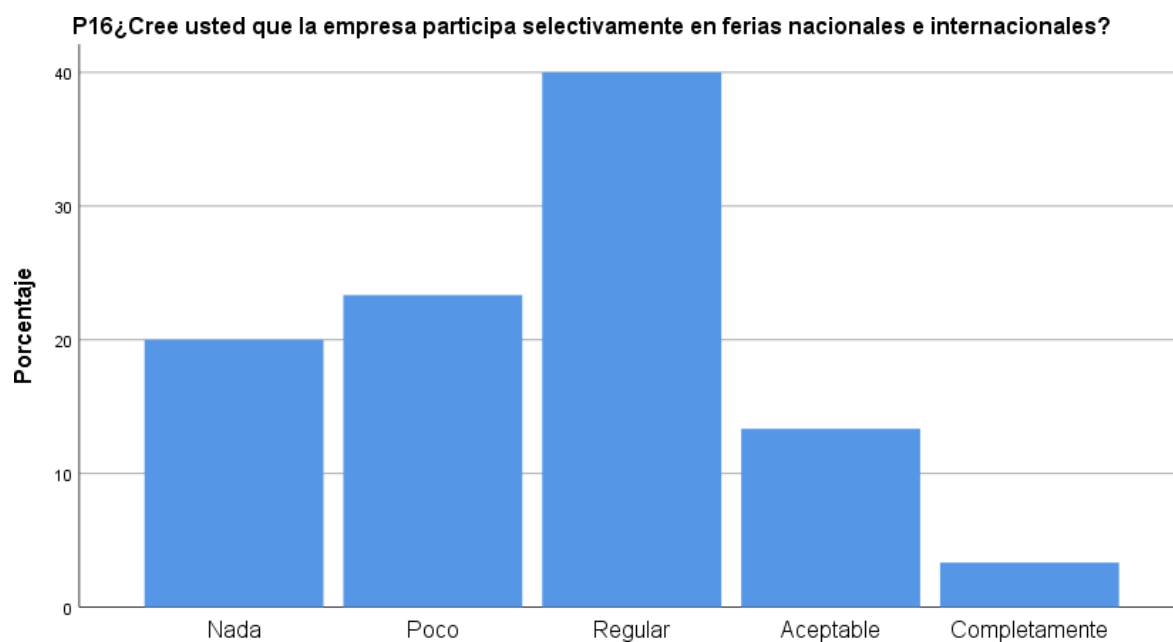


Figura 23. Pregunta 16.

Fuente: Elaboración propia.

P17 ¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?

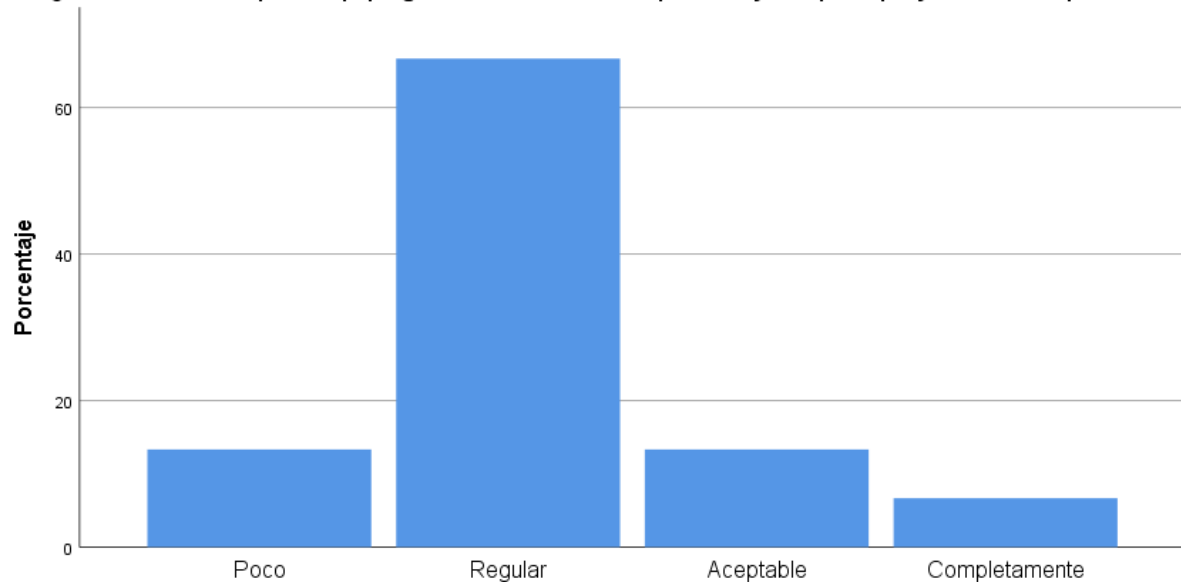


Figura 24. Pregunta 17.

Fuente: Elaboración propia.

P18 ¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en mercados internacionales?

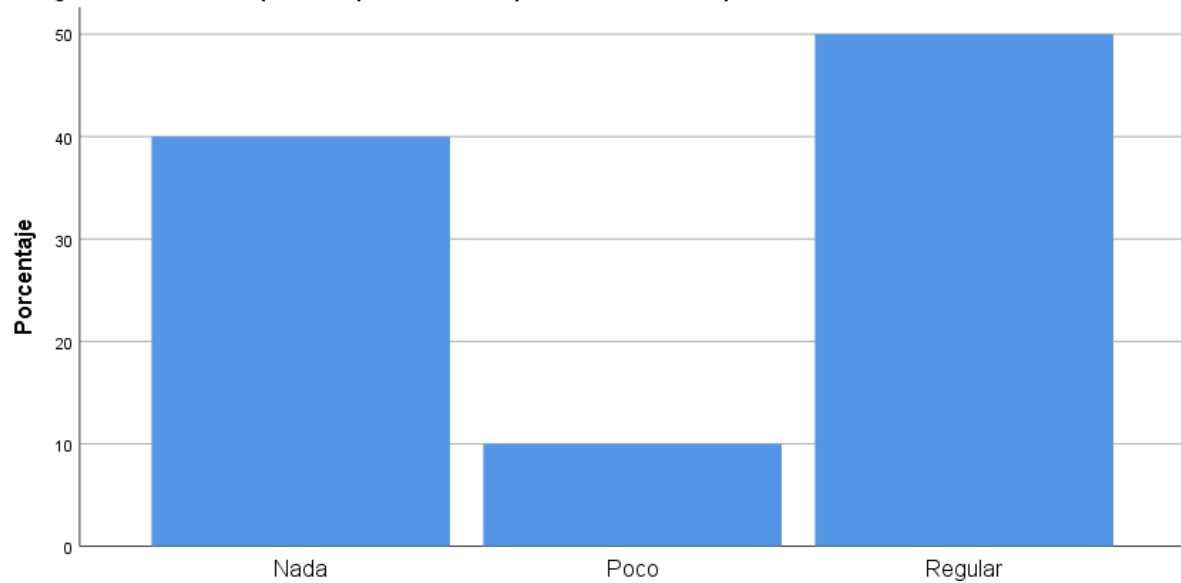


Figura 25. Pregunta 18.

Fuente: Elaboración propia.

P19 ¿Considera usted que el nivel de exportación de la empresa es alto? (Exportaciones representan más del 25% de las ventas)

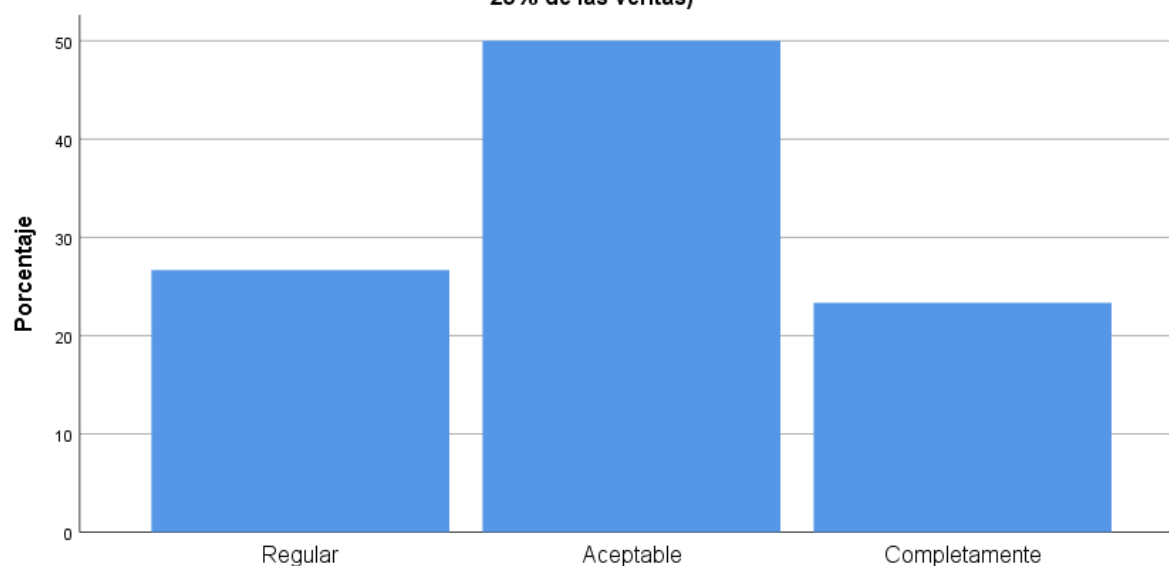


Figura 26. Pregunta 19.

Fuente: Elaboración propia.

P20 ¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de realizar exportaciones a más de un país con mayores restricciones como Japon?

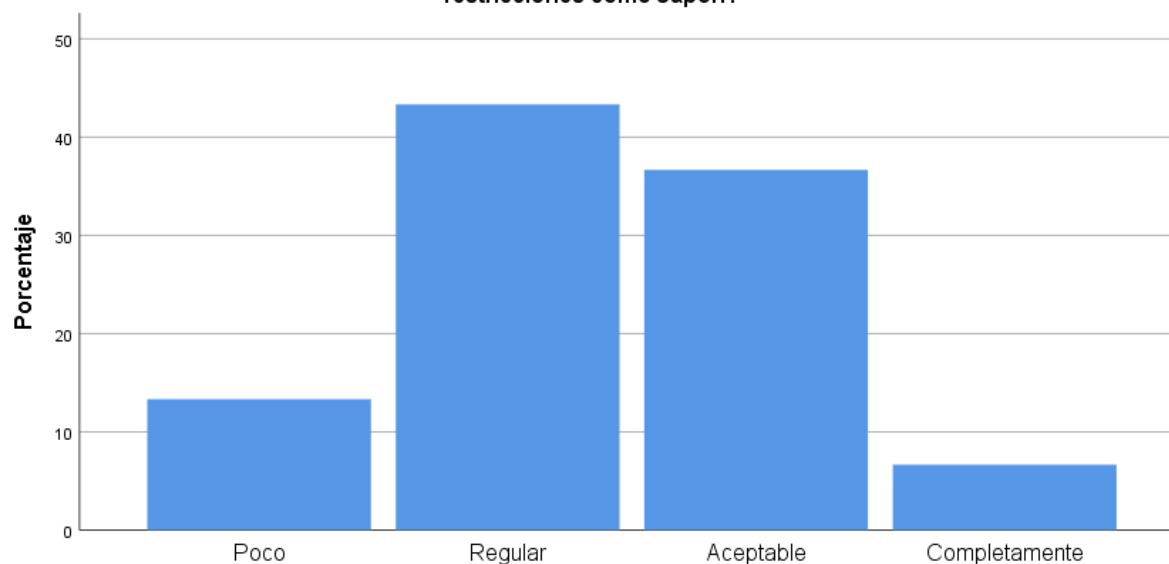


Figura 27. Pregunta 20.

Fuente: Elaboración propia.

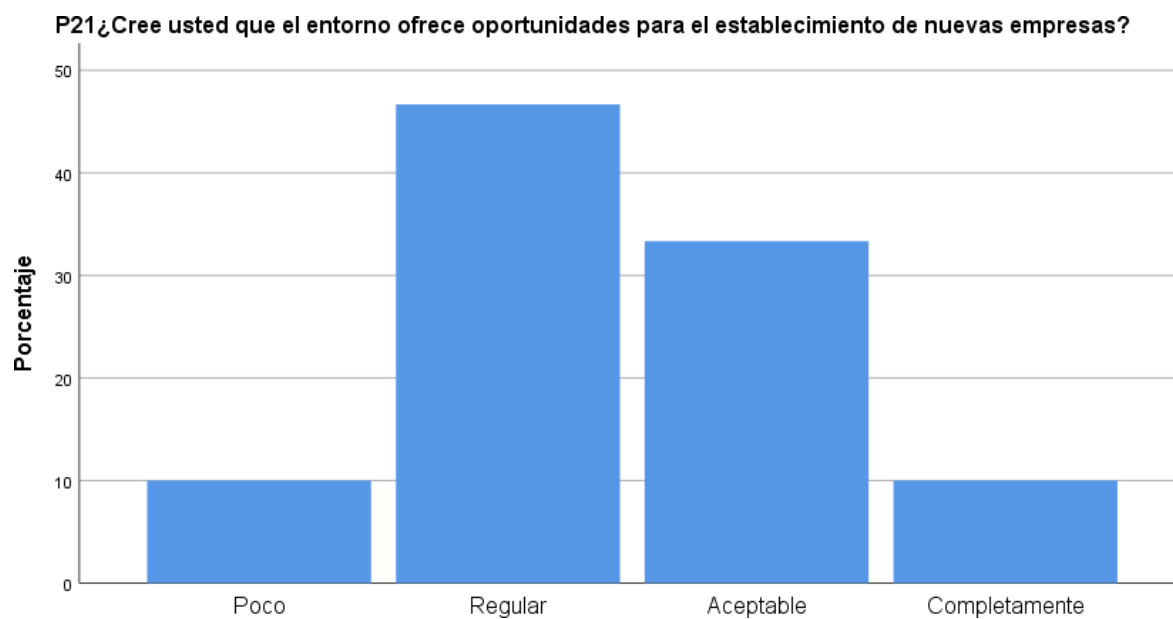


Figura 28. Pregunta 21.

Fuente: Elaboración propia.

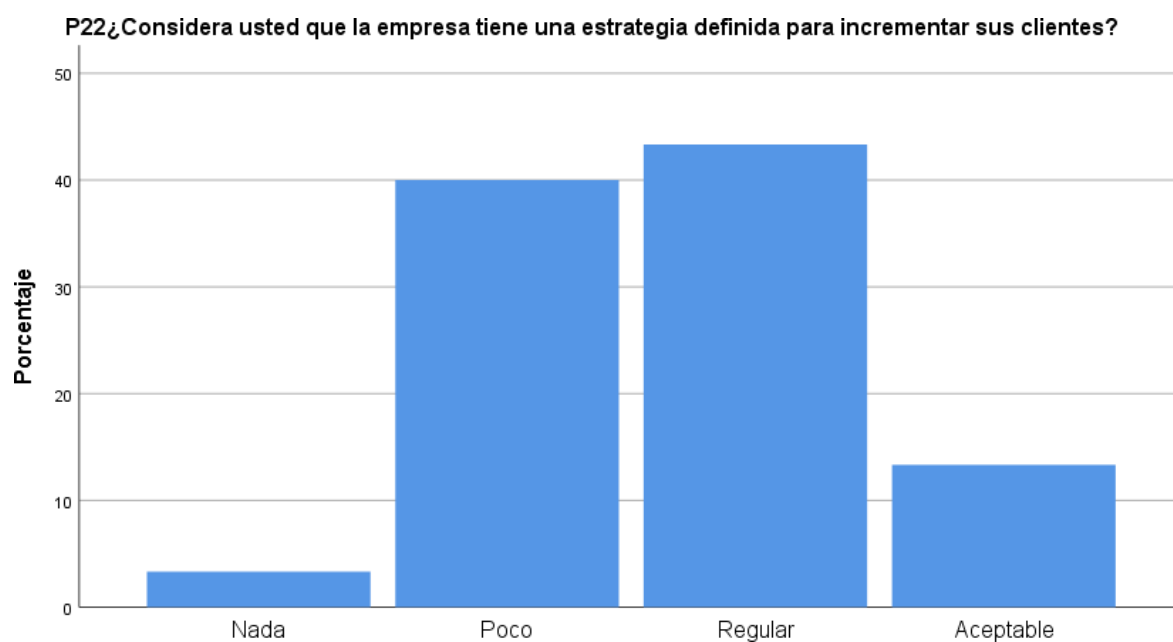


Figura 29. Pregunta 22.

Fuente: Elaboración propia.

P23 ¿Considera usted que la localización geográfica del mercado favorece el desarrollo de las actividades de la empresa?

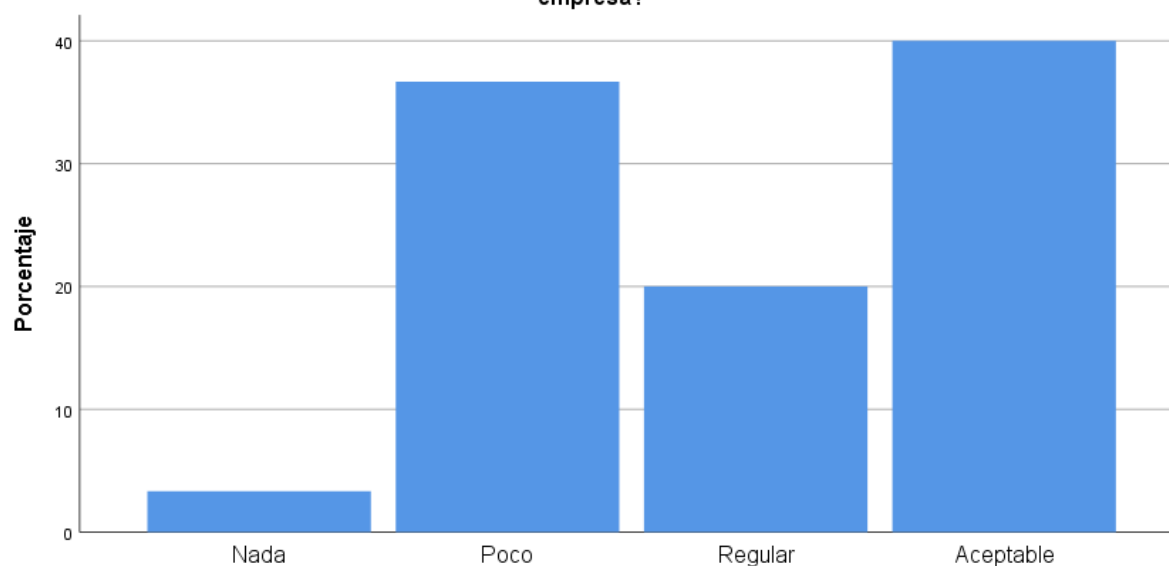


Figura 30. Pregunta 23.

Fuente: Elaboración propia.

P24 ¿Considera usted que incrementar el volumen de ventas genera mayor empleo en la empresa?

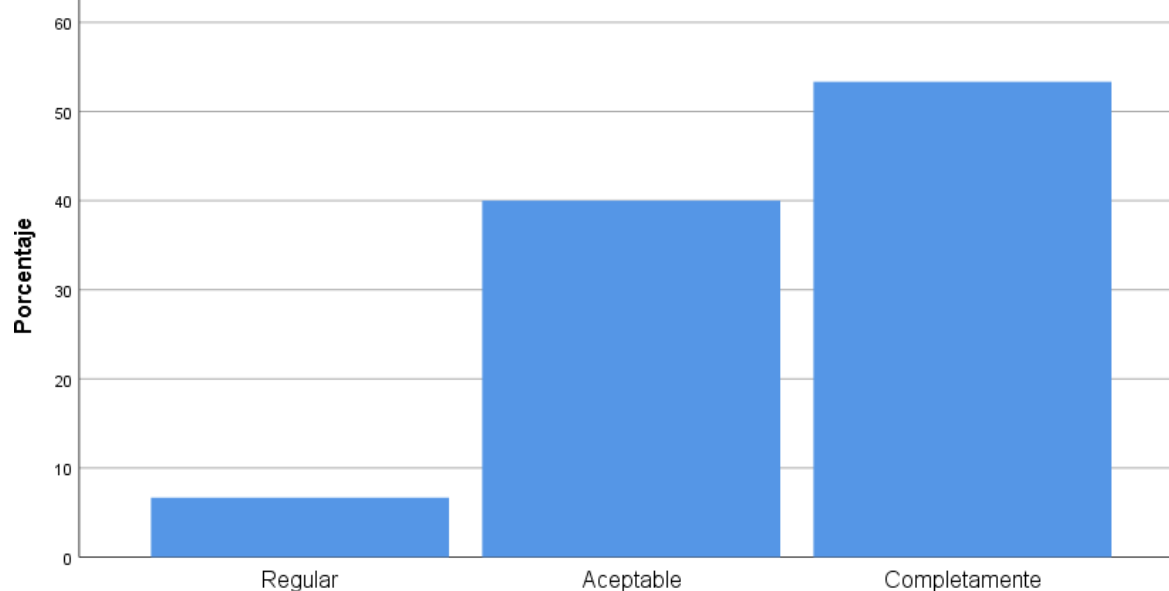


Figura 31. Pregunta 24.

Fuente: Elaboración propia.

P25 ¿Considera usted que la empresa tiene nuevas posibilidades de crecimiento y generación de empleo?

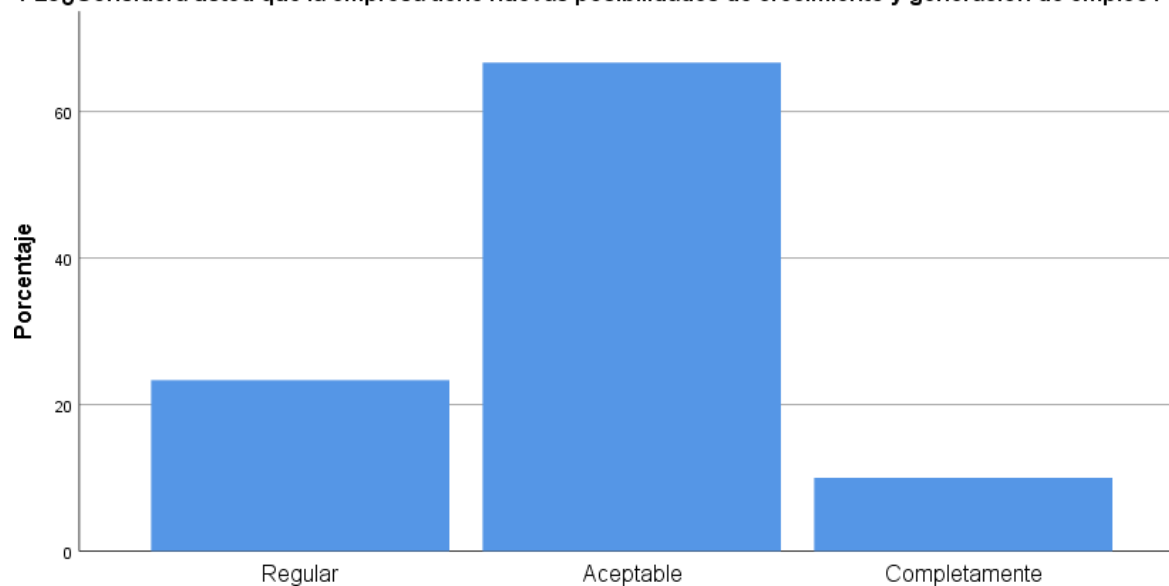


Figura 32. Pregunta 25.

Fuente: Elaboración propia.

P26 ¿Considera usted que la empresa realiza inversión adecuada en investigacion y desarrollo?

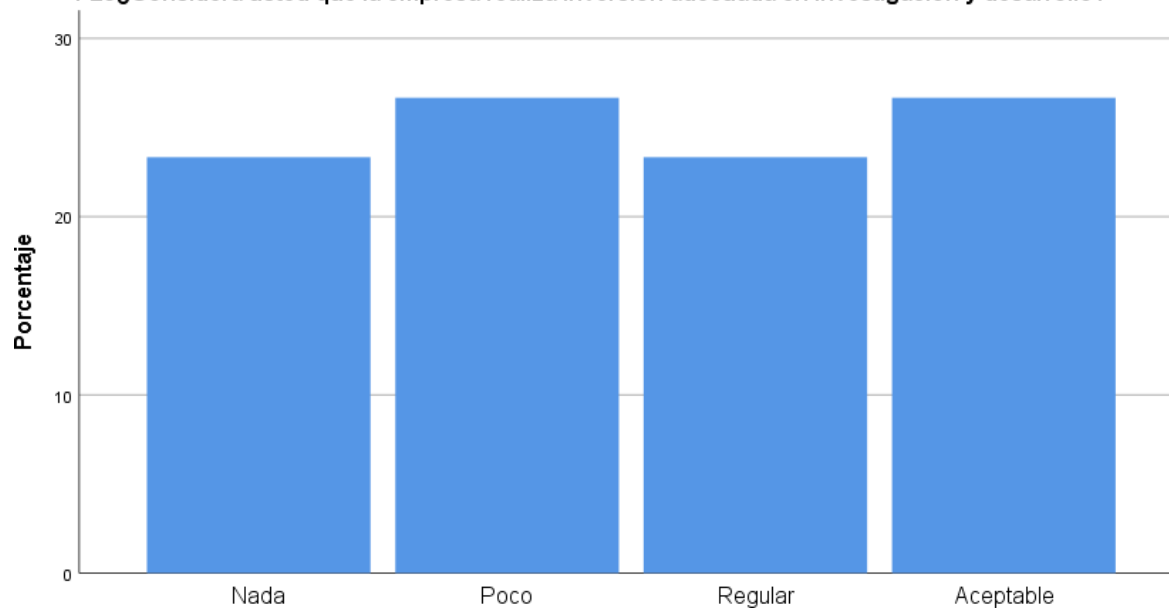


Figura 33. Pregunta 26.

Fuente: Elaboración propia.

P27 ¿Cree usted que la empresa tiene posibilidades de incrementar sus volúmenes de exportación en el corto plazo (un año)?

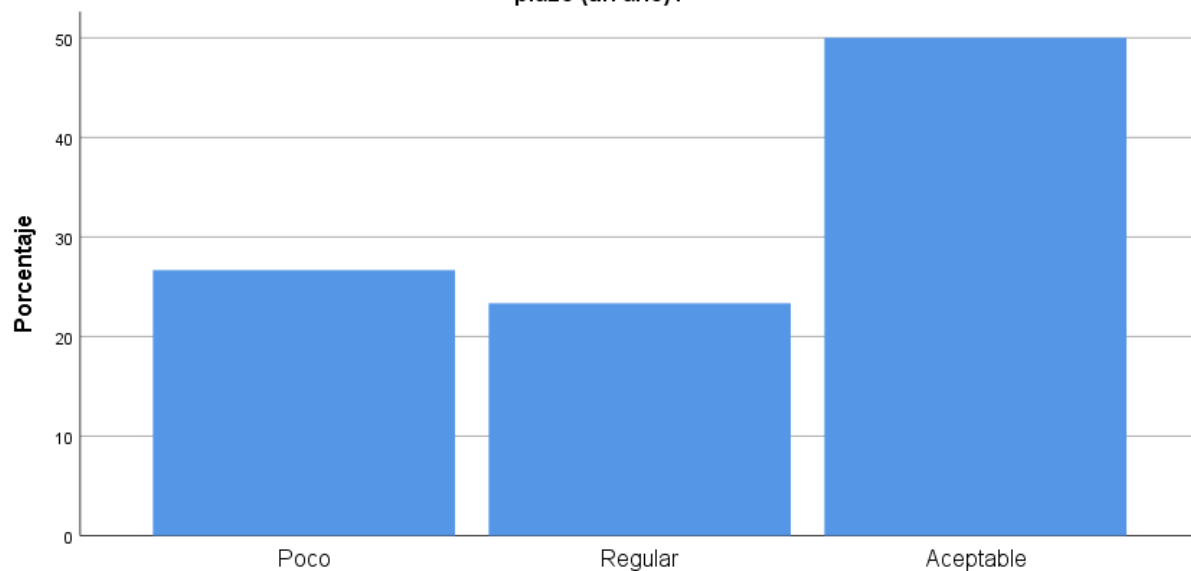


Figura 34. Pregunta 27.

Fuente: Elaboración propia.

P28 ¿Considera usted que la empresa cuenta con las condiciones tecnologicas en el area admistrativa?

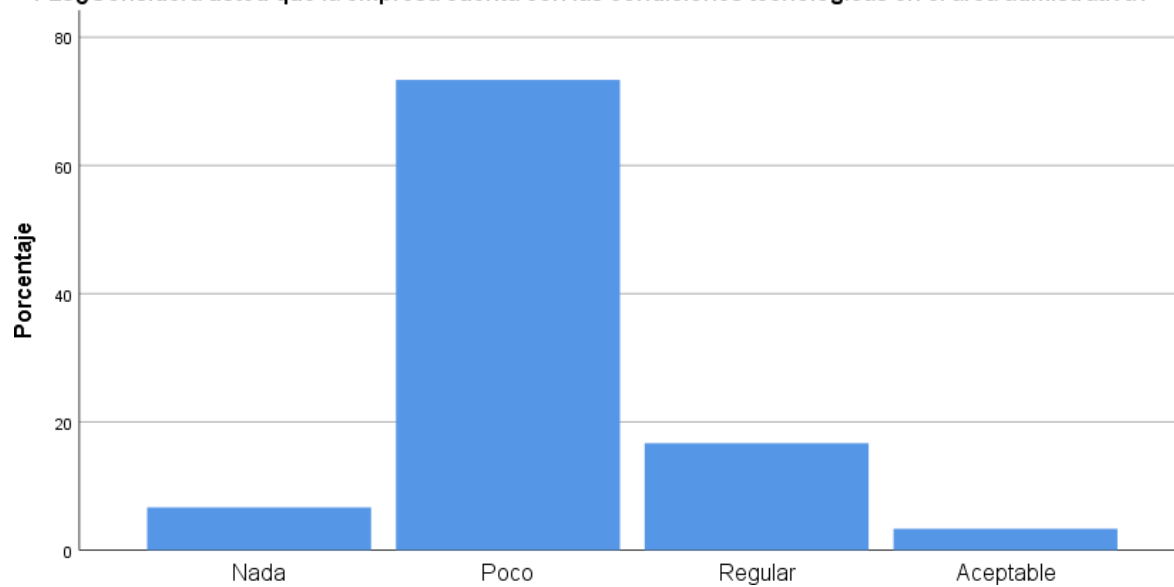


Figura 35. Pregunta 28.

Fuente: Elaboración propia.

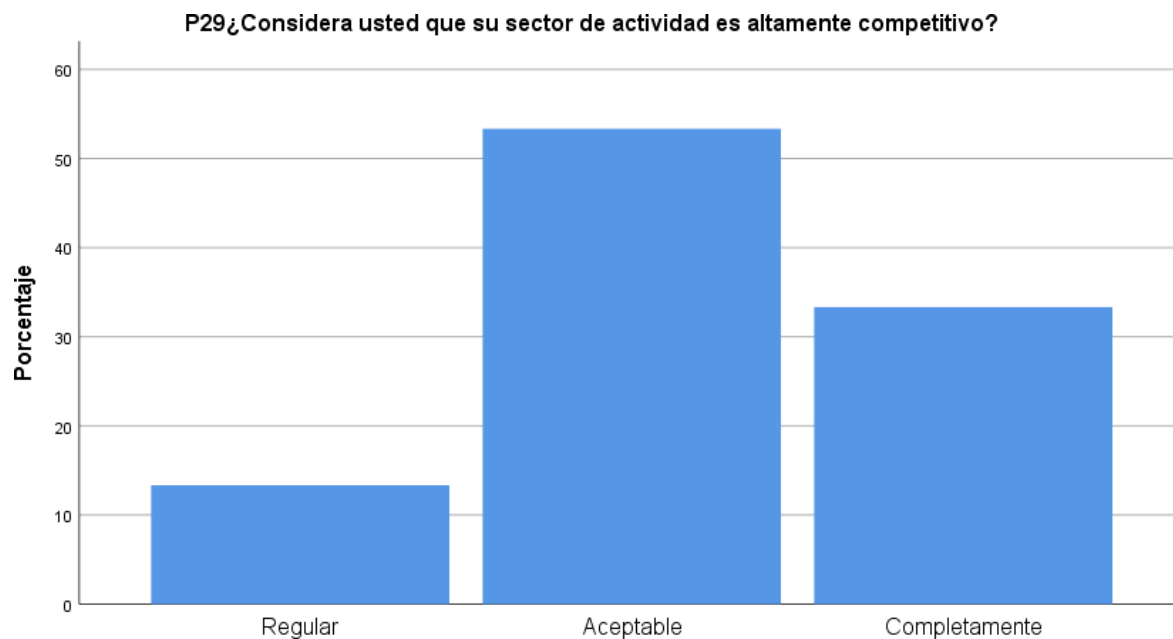


Figura 36. Pregunta 29.

Fuente: Elaboración propia.

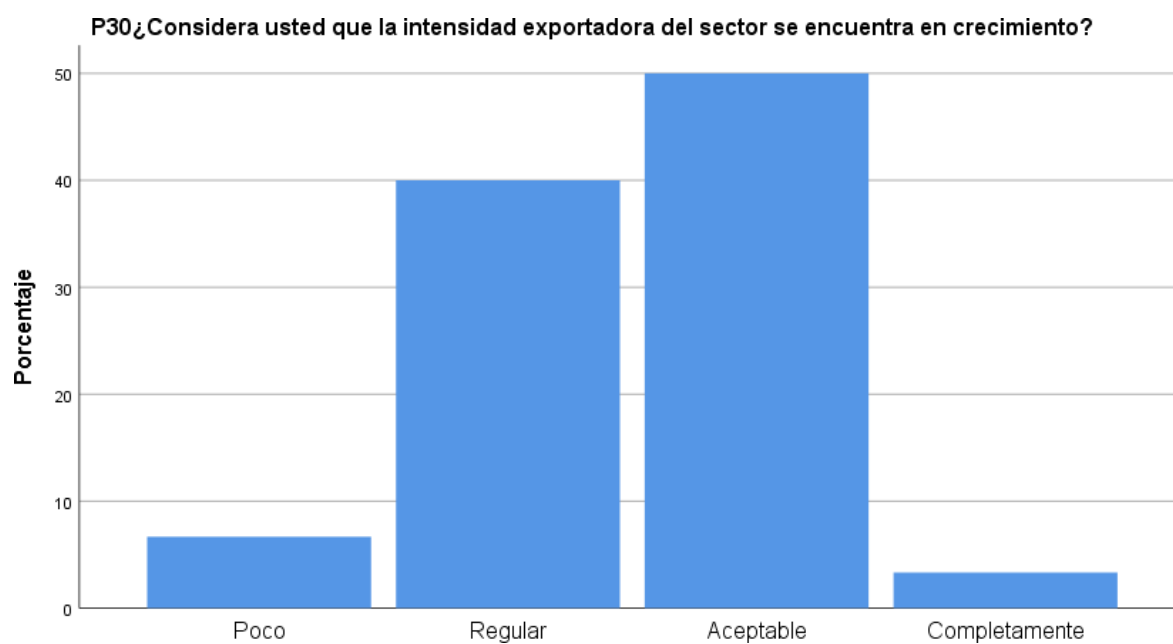


Figura 37. Pregunta 30.

Fuente: Elaboración propia.

P31 ¿Cree usted que la tasa de crecimiento de nuevas empresas emprendedoras en el sector textil está en expansión?

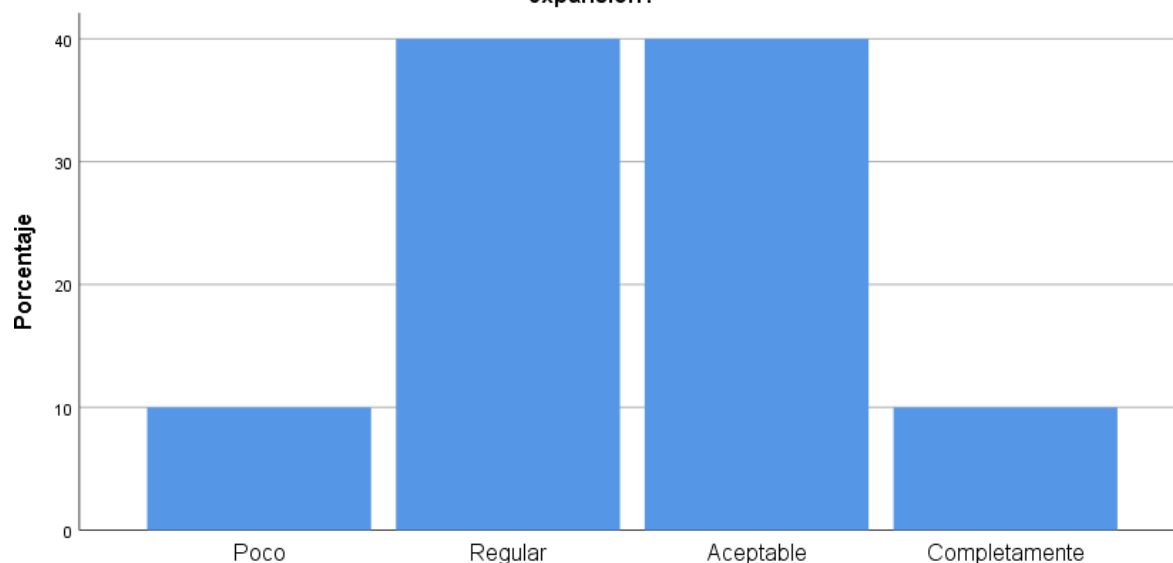


Figura 38. Pregunta 31.

Fuente: Elaboración propia.

P32 ¿Cree usted que la empresa en conjunto tiene capacidad de tomar riesgos con base en información confiable obtenida del mercado?

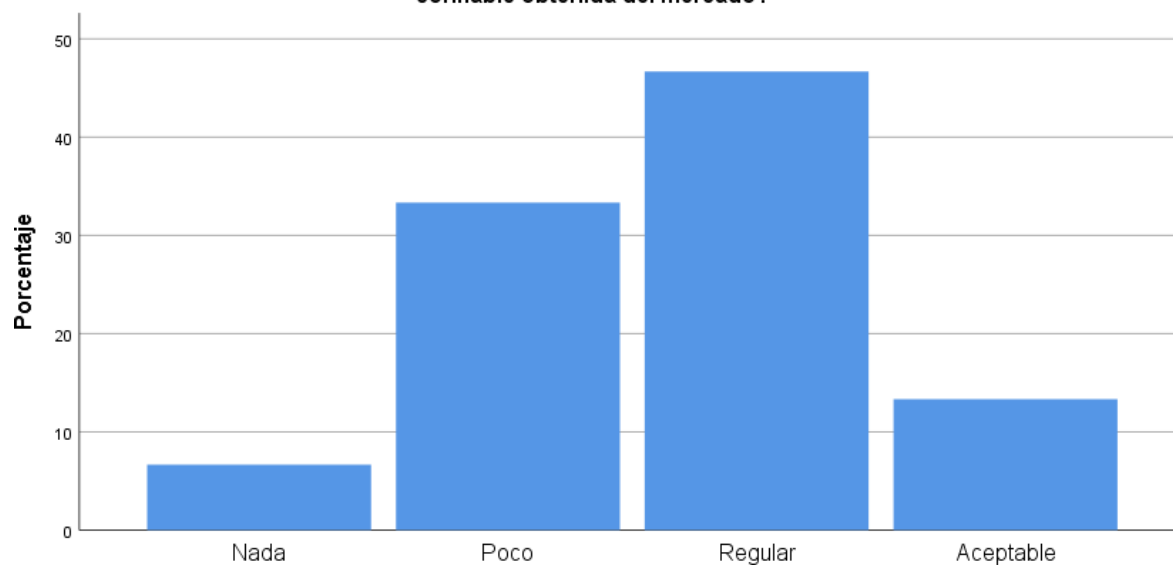


Figura 39. Pregunta 32.

Fuente: Elaboración propia.

P33 ¿Considera usted que la empresa tiene las habilidades y conocimientos necesarios para la actividad exportadora?

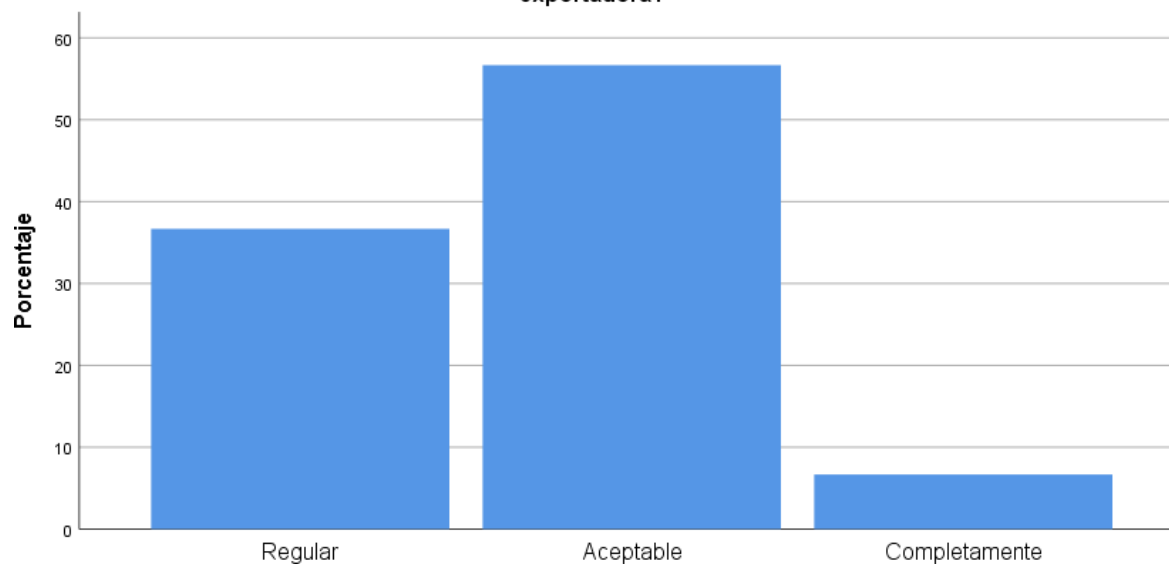


Figura 40. Pregunta 33.

Fuente: Elaboración propia.

P34 ¿Considera usted que la empresa busca y gestiona nuevos contactos y negocios?

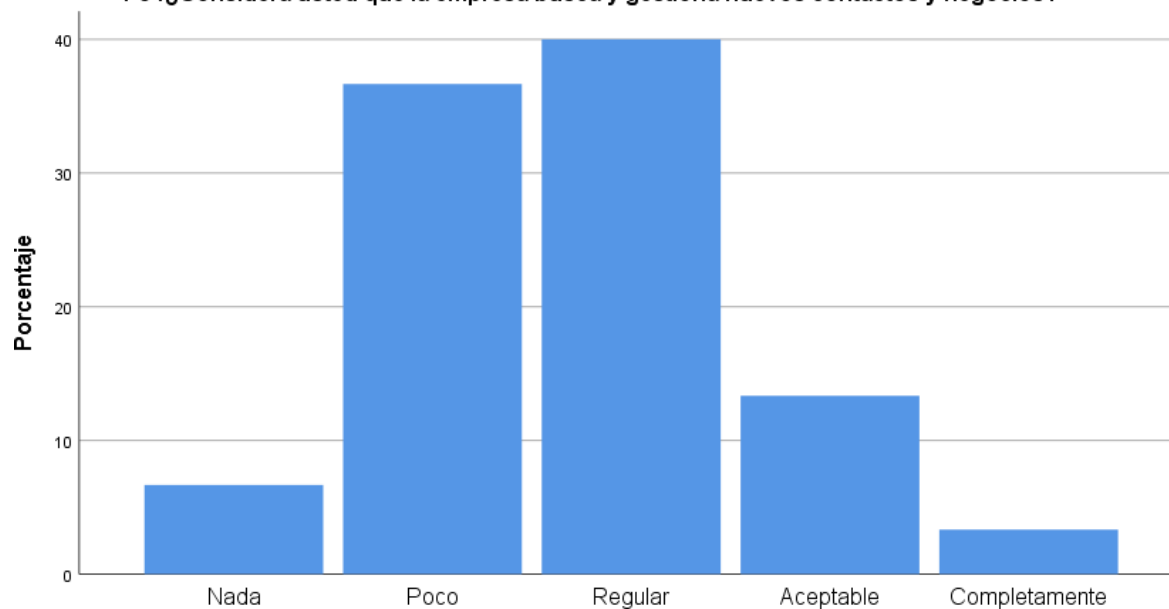


Figura 41. Pregunta 34.

Fuente: Elaboración propia.

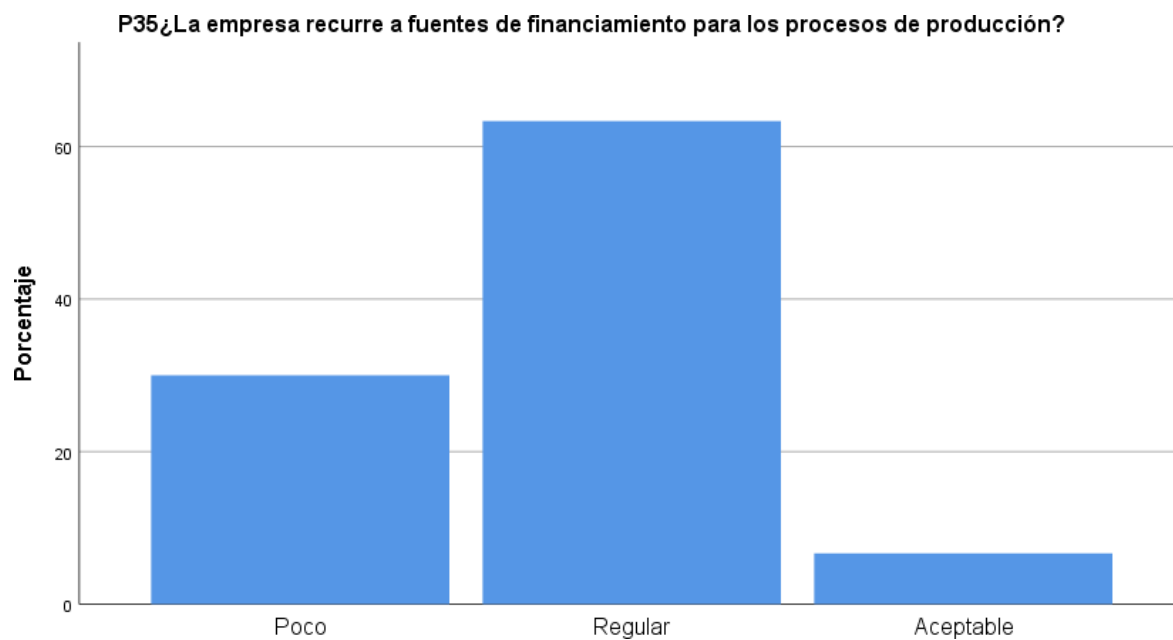


Figura 42. Pregunta 35.

Fuente: Elaboración propia.

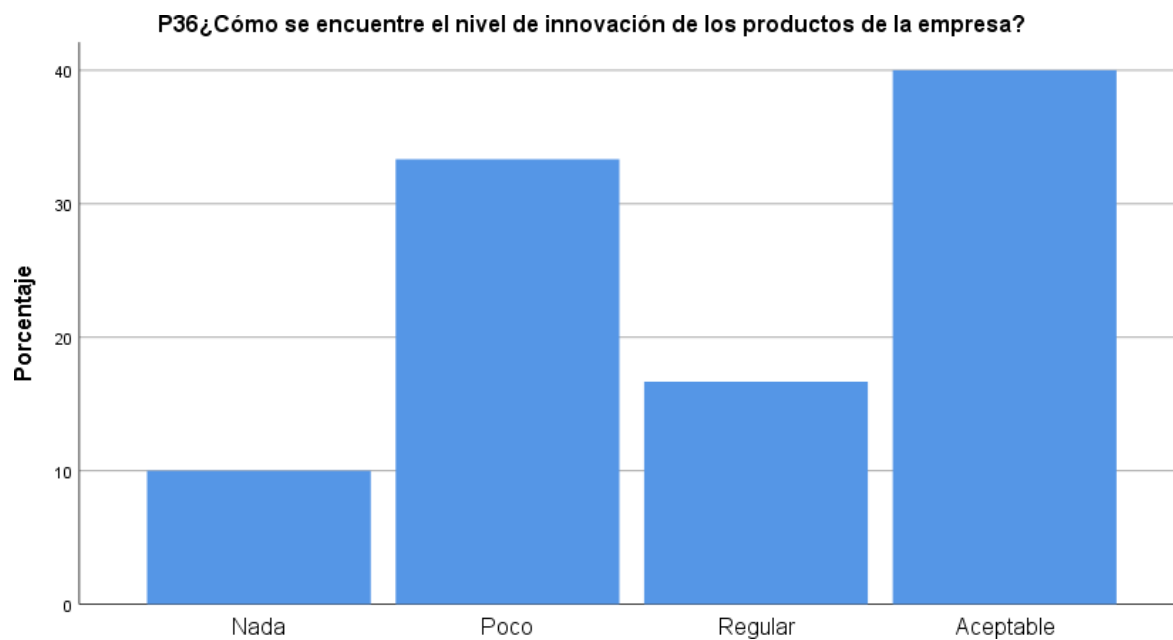


Figura 43. Pregunta 36.

Fuente: Elaboración propia.

P37 ¿Considera usted que hay un gran número de empresas que ofrecen el mismo producto dentro del sector?

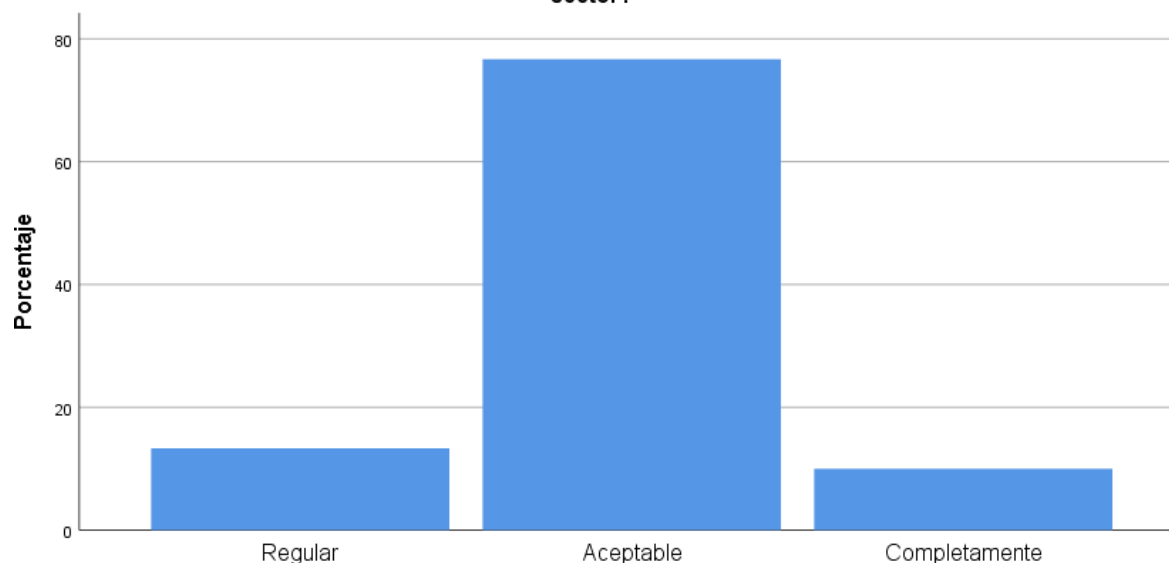


Figura 44. Pregunta 37.

Fuente: Elaboración propia.

P38 ¿Con que frecuencia la empresa presenta nuevos modelos de productos al mercado?

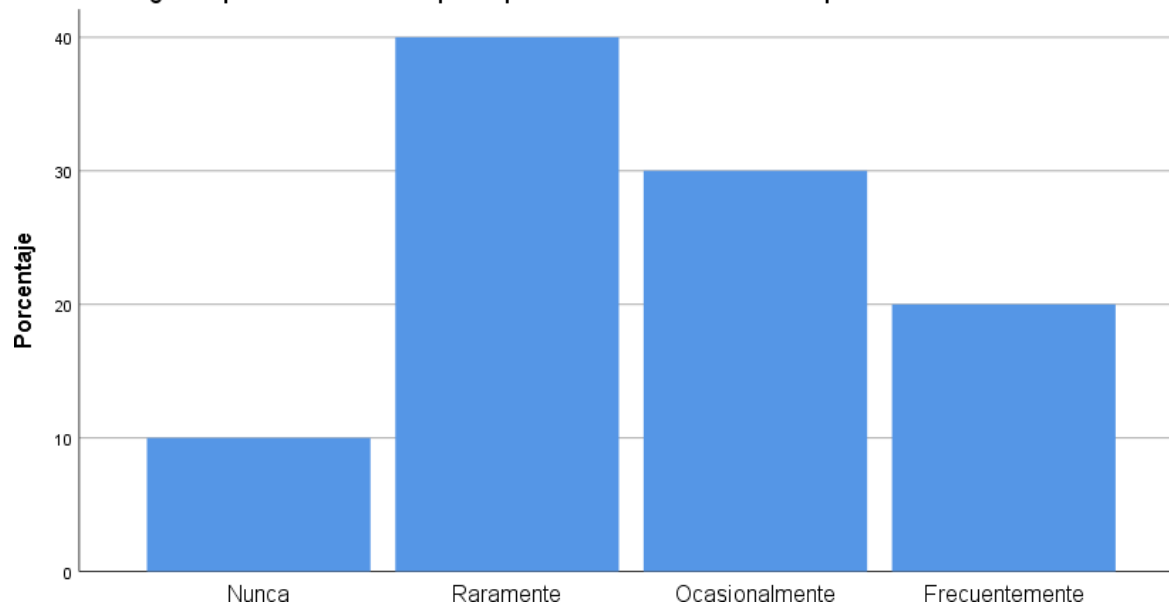


Figura 45. Pregunta 38.

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 5 HOJAS DE ACUMULACIÓN DE DATOS DE LA VARIABLE CAPACIDAD EXPORTADORA

Tabla1. Acumulación de datos de la variable capacidad exportadora.

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	5	3
4	5	4	5	2	4	4	5	3	2	4	4	4	5	4	5	2	3
4	5	4	4	3	3	4	5	3	2	3	3	4	4	3	2	3	1
4	5	4	5	3	3	4	5	3	2	2	4	4	2	3	2	3	1
4	4	4	4	2	3	4	5	3	2	2	3	4	4	3	2	2	1
4	4	5	4	2	3	3	5	3	2	4	3	4	5	4	2	4	1
4	4	4	4	2	2	3	5	2	2	3	3	5	5	2	1	2	1
4	5	4	5	2	3	3	5	2	2	3	4	3	3	3	1	3	1
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
3	4	5	4	2	2	3	5	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3
4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	1
5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	3
5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	3
4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	3	5	3	2	4	3	4	5	4	3	4	3
4	4	5	5	3	3	3	5	2	2	4	4	4	3	3	2	3	2
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3
3	4	5	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	3	5	3	2	3	3	4	4	3	1	3	1
4	4	3	4	2	4	3	5	2	2	4	3	4	4	3	1	2	1
3	4	4	4	2	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	1	3	1

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 6 HOJAS DE ACUMULACIÓN DE DATOS DE LA VARIABLE INTERNACIONALIZACIÓN

Tabla2. Acumulación de datos de la variable internacionalización.

P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38
4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	5	5	4	3	2	5	5	5	4	4	3	2	4	5	3
5	2	3	2	3	5	4	2	2	2	4	3	4	2	4	2	3	2	4	2
4	2	4	2	2	5	4	1	4	2	4	4	4	2	4	2	3	2	4	2
4	3	3	2	2	5	4	1	4	2	4	4	3	2	4	2	3	2	4	2
4	3	3	2	2	5	4	2	3	2	4	3	3	2	4	2	3	2	4	1
5	3	3	2	2	5	4	2	3	2	4	4	3	2	4	2	3	2	4	2
5	2	2	1	1	5	3	1	2	1	4	3	3	1	3	1	3	1	4	1
5	3	3	2	2	5	4	2	3	2	4	3	2	1	3	2	2	1	4	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
5	3	3	2	2	5	3	2	2	2	4	3	3	2	3	2	3	2	4	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	1	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3
3	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	3	5	4	5	4	2	4	5	4
3	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	3	5	4	5	4	2	4	5	4
4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
4	3	3	2	2	5	4	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	2
5	3	3	3	2	5	4	2	3	2	4	3	2	3	3	5	2	2	4	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
5	3	3	2	3	5	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3
3	3	3	2	2	4	3	1	2	1	4	2	3	2	3	1	2	1	4	2
3	3	2	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2
3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 7 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla Matriz de consistencia. “La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018.”

Pregunta general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables de investigación	Dimensiones	Indicadores	Metodología
PG: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018?	OG: Determinar la relación entre capacidad exportadora y la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.	HG: Es posible que exista una relación significativa entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.	VI (X): Capacidad Exportadora	D1:Capacidad del producto	cantidad y calidad del producto capacidad de adaptación Registro de marca Capacidad de producción y almacenamiento	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación
Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		D2: Capacidad productiva	Actualización tecnológica Recursos de exportación Razones para exportar Estructura de la empresa y cultura organizacional Control de calidad	Intervención del investigador: No experimental Toma de datos: Retrospectivo
Pe1: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe1: Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y el desarrollo exportador de la empresa P&P Arequipa 2018	He1: Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa 2018		D3:Capacidad comercial	Inteligencia comercial y estudio de mercado estrategia comercial y modo de expansión	Número de ocasiones: Transversal Nivel de investigación: Correlacional
Pe2: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe2: Hallar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa 2018	He2: Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y las características del entorno de la empresa P&P Arequipa 2018		D4: Capacidad gerencial	Compromiso gerencial Alianzas estratégicas	Población: Empresa P&P Muestra: 30
Pe3: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe3:Determinar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa 2018	He3: Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y las características internas de la empresa P&P Arequipa 2018		D1: Desarrollo exportador	Niveles de exportaciones	Técnica: Encuesta -Entrevista Instrumento: cuestionario - Ficha de entrevista
Pe4: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe4: Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa 2018	He4:Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y las características del sector de la empresa P&P Arequipa 2018		D2: Características del entorno	Percepción de oportunidades y modo de expansión Localización geográfica	
Pe5: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe5: Hallar la relación que existe entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa 2018	He5:Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y las características del emprendedor de la empresa P&P Arequipa 2018		D3: Características internas	Tamaño de las ventas y Expectativas de crecimiento y generación de empleo Inversión en I+D y Percepción de incremento en intensidad exportadora	
Pe6: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe6:Determinar la relación que existe entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa 2018	He6: Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y los recursos-capacidades de la empresa P&P Arequipa 2018		D4: Características del sector	Nivel tecnológico y Sector de actividad Intensidad exportadora del sector y nueva actividad emprendedora	
Pe7: ¿Qué relación existe entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe7: Encontrar la relación que existe entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa 2018	He7:Es posible que exista relacion entre la capacidad exportadora y la innovación de la empresa P&P Arequipa 2018		X:Características del emprendedor	Edad Formación profesional Experiencia Actitud al riesgo	
Pe8: ¿Qué relación existe entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018?	Oe8: Hallar la relación que existe entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018	He8: Es posible que exista relacion la entre la capacidad del producto con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018		D6:Recursos y capacidades	Percepción de capacidades y redes Acceso a fuentes de financiación	
Pe9: ¿Qué relación existe entre capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018?	He9: Determinar la relación que existe entre capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018	He9: Es posible que exista relacion entre capacidad productiva con la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018		D7: Innovación	Innovación del producto y del sector Capacidad innovadora	
Pe10: ¿Qué relación existe entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018?	He10: Encontrar la relación que existe entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018	He10:Es posible que exista relacion entre la capacidad comercial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018				
Pe11: ¿Qué relación existe entre la capacidad gerencial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018?	He10: Encontrar la relación que existe entre la capacidad gerencial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018.	He10: Es posible que exista relacion entre la capacidad gerencial y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa 2018.	VD (Y): Internacionalización			

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 8 CARTA DE COMPROMISO DE LA EMPRESA.

Carta de compromiso para entidad involucrada en Tesis

Arequipa, 27 de noviembre de 2018.

La empresa P & P E.I.R.LTDA. con Ruc. 20370391522 Nro. 17306, conforme lo establecido en el artículo 5.1 del Reglamento de Grado Académico de Bachiller y Título Profesional de la Universidad Tecnológica del Perú (la "UTP") y dentro del marco de los intereses de la UTP de favorecer acciones de responsabilidad social universitaria con diversas instituciones de la sociedad peruana, se dirige a la universidad para solicitar su contribución en la búsqueda de una solución al siguiente problema:

Determinar la relación entre capacidad exportadora y la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018.

El Problema constituye un tema pertinente y actual en nuestra institución que aún no ha sido resuelto y no forma parte de ningún proyecto en vías de implementación. Es de nuestro interés incluir el Problema en el plan de trabajo para la titulación mediante Tesis denominado:

"La capacidad exportadora y su relación con la Internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018."

Cuyo(s) autor(es) es(son):

Nombres y apellidos	Carrera
Paúl Alberto Hinojosa Alatrísta	Bach. Administración de Negocios Internacionales
Edwin Whalmor Toledo Huilca	Bach. Administración de Negocios Internacionales

Agradeciendo de antemano la contribución de la UTP en la solución del Problema, nos comprometemos a brindar la información de nuestra empresa que se requiera para el desarrollo de este trabajo, la misma que solo puede ser utilizada para fines estrictamente académicos vinculados al trabajo. Declaramos conocer que, por disposiciones legales, la Tesis será de público conocimiento luego de dos años de su sustentación.

Cordialmente,

Nombres y apellidos del representante de la institución:

Rosario Flores Vilca

Cargo que ocupa:

Gerente General


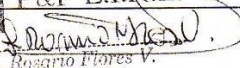
D.N.I. 29221929

Firma

y

sello:

—

 **P&P E.I.R.L.**

L. Rosario Flores V.
Gerente General

BIBLIOGRAFÍA

- Ccaccya , D. (2015). Fuentes de financiamiento empresarial*. *Actualidad Empresarial*, 2.
- Fanjul, E. (2017). Qué es la internacionalización. *Escuela de comercio exterior*, 5.
- Aiu. (2015). Proceso de internacionalización. *Mercadotecnia Internacional*, 29.
- Amésquita, F. (2017). *Motivaciones, características y determinantes del emprendedor informal*. Universidad Carlos III de Madrid, Sección de organización de empresas, Madrid.
- Arbieto Aparcana, E., & Palma Gutiérrez, P. (2016). *La creación de marca en las mypes textiles peruanas*. Universidad peruana de ciencias aplicadas, Investigación, Lima.
- Archive, A. (18 de Febrero de 2014). *Conceptos y ejemplos de estrategias de marketing*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- Argüelles, O. (2007). *Una metodología para el diagnostico y diseño de una estructura organizacional*. Universidad Autónoma de México.
- Barbón, C., & Martinez , A. (2017). *Estrategias de internacionalización para mipymes bogotanas del barrio las ferias dedicadas al comercio textil a través del e-commerce*. Universitaria Agustiniiana, Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas , Bogotá d.c. .
- Beltrán, C. (2016). *Plan de negocios para la comercialización de prendas exclusivas de alpaca y/o vicuña en el mercado de chile: estrategia de internacionalización de la marca sol alpaca*. Arequipa. Arequipa: Universidad católica de santa maría.
- Bonell, R. (2013). La Estrategia en los negocios. *Anuario Juridico y Economico Escorialense XLVI* , 255-284.
- Cabrera, C., Fuentes, M., & Cerezo, G. (2017). La gestión financiera aplicada en las organizaciones. *Revista científica: Dominio de las ciencias*, 3(4), 220-232.

- Cadena. (2015). La internacionalización de las PYMES. *Observatorio de la economía latinoamericana*, 15.
- Cañaveral, K. (2016). *Los Entornos En Los Negocios Internacionales*. Universidad Libre Seccional Pereira, tacna.
- Cárdenas, E. (2016). *Factores que inciden en los niveles de exportación de la piña ecuatoriana al mercado chileno*. Universidad de guayaquil facultad de ciencias administrativas, Guayaquil – Ecuador.
- Carro, R., & Gonzales, D. (2012). *Capacidad y Distribucion Fisica*. Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires.
- Castro, P., Gutiérrez, B., Araque, Á., & Montero, J. (2016). Intensidad exportadora y fortalezas percibidas en la estrategia de marketing: Una perspectiva basada en la experiencia de empresas exportadoras españolas. *Omniascience*, 21.
- Choque, A. (2017). *Modelo de gestión estratégica a través del balanced scorecard en una empresa textil de la región arequipa*. Universidad Nacional De San Agustín, Arequipa, Arequipa.
- Choque. (2017). *Análisis de la aplicación de mecanismos de promoción de comercio exterior para las empresas del sector textil en la Región Arequipa 2010-2015*. Universidad nacional de san agustin, Arequipa, Arequipa.
- Corral, A. (2011). Registro y protección de la marca. *EKOS*, 92-103.
- Correa, F., Caycedo, M., & Galviz, F. (2017). Factores inhibidores que inciden en la decisión de exportar: una revisión a la literatura. *Revista espacios*, 4.
- Diario El Comercio. (2014). El 80% de las empresas locales se cae en el segundo año. *Diario El Comercio*.
- Duarte, J. (04 de 2016).
- Ecas. (2016). Innovación y empoderamiento en la lucha contra la pobreza. *Colección ideas y herramientas para la acción social*, 56.
- Education First. (2015). Innovación empresarial. *TheInnovativeCompany_MX*, 16.
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (18 de Marzo de 2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 12.
- Escandón, D., & Hurtado, A. (2012). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia*. Cali.
- Espejo, Á., Núñez, J., & Fuentes, F. (2015). Factores determinantes del éxito exportador: causas internas empresariales. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, 18.
- Estrada, A., & Chamay, K. (2017). Estudio sobre las oportunidades para comercializar prendas de vestir de algodón nativo. *Global bussiness administration journal*, 9.
- Facho, E. (2017). *Mejora de procesos en una empresa textil exportadora*. Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Lima, Lima.

- Fedexport. (2018). Agenda de competitividad para el desarrollo exportador 2.0. *Fedexport*, 36.
- Fernandez, E., & Vazques, C. (1996). El proceso de innovacion tecnologica en la empresa. *Investigacion europeas de direccion y economias de empresa*, 29-45.
- Franco, I., & Torrenegra, R. (2009). *Analisis organizacional de la empresa carmetalica Ltda.* Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia.
- Garavito, Y. (2017). *La innovación de producto: un análisis de sus determinantes y su efecto en la supervivencia empresarial.* Universidad complutense de madrid, Madrid.
- García Manjón, J. V. (01 de 2015).
- García, N. (2016). *La importancia del networking en los negocios:estrategias online para ampliar y mejorar nuestra red contactos.* Universidad de Sevilla, España.
- Gera. (2016). *Una perspectiva iberoamericana sobre el emprendimiento juvenil.* España: Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica.
- Giraldo, W., & Otero, M. (2017). La importancia de la innovacion en l producto para generar posicionamiento en los jovenes. *Revista de la Facultad de Ciencias Economicas*, 2, 179-192.
- Gmateo. (14 de mayo de 2017). *Entorno Internacional.* Obtenido de eoi: <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2017/05/14/entorno-internacional-8/>
- Gómez, E., & Gonzales, G. (2010). Analisis del proceso exportador de empresas del sector confecciones de Santander a Estados Unidos. *Lebret(2)*, 265-277.
- Gonzales, M., & Puig, F. (2015). *Retos en la internacionalización y supervivencia de los nuevos emprendimientos manufactureros.* Universidad del Valle, Cali, Colombia.
- González Mendoza, J. A. (06 de 2015).
- Gonzalez, G., & Gutierrez, E. (2016). *Aportaciones al diseño de formación de emprendedores desde la medición de actitudes del estudiante universitario.* Estado de mexico.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Hidalgo, L. (Enero de 2017). *Características del emprendedor.* Recuperado el Octubre de 2018, de Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG: <http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/77/67>
- Huanca, J. (2016). *Estudio Del Marketing De La Producción, Usando Las Tecnologías De La Información Y Comunicaciones, Para Obtener Ventajas Competitivas En Las Mypes De Productos Textiles Del Mercado San Camilo, Arequipa*, 2016. Universidad Autónoma San Francisco, Arequipa.
- Huerta, P., Almodóvar, P., Pedraja, L., Navas, J., & Contreras, S. (Abril de 2015). Factores que impactan los resultados empresariales: un estudio comparativo entre empresas chilenas y españolas. *Innovar Journal*, 22.

- Hurtado, A., & Escandón, D. (2016). Antecedentes de la postura emprendedora y su influencia en el desempeño exportador de las pymes en Colombia. *Cuad. admon.ser.organ. Bogotá*, 33.
- ICEX. (2017). Manual de Internacionalización . En J. A. Ortiz, *Manual de Internacionalización* (pág. 938). España: ceco.
- Ioan, S. (2013). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las pymes en Venezuela. 20.
- Jiménez, A. (OCTUBRE de 2018). La Internacionalización de la Empresa a Través del Enfoque de Recursos y Capacidades. *Gestión joven*, 13.
- Kourdi, J. (2008). Estrategias claves para tomar decisiones en los negocios. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 266-268.
- Ladino, M., Ruiz , S., & Rodríguez, C. (2016). *Estrategias para la internacionalización del clúster del sector textil-confección de bogotá: una perspectiva desde la localidad de puente aranda.* . Universidad De La Salle , Finanzas Y Comercio Internacional, Bogotá D.C.
- Londoño, A., Vélez, O., & Rojas, J. (24 de Enero de 2015). Evaluación del grado de preparación para asumir el reto de la internacionalización de las pymes desde un enfoque integrador de las capacidades dinámicas y la gestión del conocimiento. *Revista espacios*, 15. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a15v36n07/15360716.html>
- Martínez, J. (2006). Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las Pymes. *TEC Empresarial*, 1, 32-37.
- Mazaira, A., Dopico, A., & Gonzáles, E. (2005). Incidencia del grado de orientación al mercado de las organizaciones empresariales en el desarrollo de las capacidades estratégicas de marketing. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(3), 181-208.
- Menendez, R. (2015). *Propuesta de estrategias competitivas de internacionalización, basada en el análisis estratégico de la empresa aiku export s.a.c. arequipa, 2015.* Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada , Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Arequipa.
- Mernies, B. L. (06 de 2015).
- Mincetur. (2015). *Capacitación en Comercio Exterior*. Lima.
- Montoya, L. (2015). Análisis estratégico del entorno. *Aulas empresariales*, 80.
- Monzón , C., & Yaipén , K. (2015). *propuesta de un modelo de éxito de gestión de calidad para las medianas empresas del sector textil confecciones en lima basado en la consolidación de buenas prácticas de ingeniería industrial y el enfoque de gestión por procesos*. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas, Lima, Lima.
- Moo, J., Morales, A., & Canto, M. (2016). Recursos y capacidades de dos microempresas productoras de salsas de chile habanero. *Amecider – Itm*, 22.
- Munarriz, R. (2017). Capacidad Exportadora. *Sub Dirección de Desarrollo Exportador*, 45.
- Nieto , V., & Lopez, J. (2017). Cadena de Textil-Confecciones Estructura, Comercio Internacional y Protección. *Departamento nacional de planeación*, 59.

- OIT. (2017). Buenas prácticas empresariales. *International Labour Organization*, 72.
- Penx. (2015). Plan Nacional Exportador. *Ministerio de comercio exterior*, 86.
- Pérez, Á. (2017). El proceso de internacionalización de un proyecto empresarial. (C. d. emprendedores, Ed.) *La aventura de emprender*, 48.
- Perez, D., & Perez, I. (2006). *Marketing, el producto: concepto y desarrollo*. Escuela de negocios, Madrid.
- PROMPERU Manual PLANEX. (2016). www.promperu.gob.pe.
- Ramirez, C. (2011). Propuesta metodológica para el desarrollo de productos. *Pensamiento y Gestión*(30), 21-45.
- Ramos, N. (2015). *Plan de negocios de una comercializadora internacional para la exportación de cafés especiales colombianos al mercado de la república de corea del sur*. Medellín.
- Ramos, S. (2017). *La internacionalización de las PYMES*. Universidad de La Rioja,, Rioja.
- Rayon, M. (2015). Iniciacion Exportacion. *Open door bpw spain*, 43.
- Restrepo, J., & Vanegas, J. (2014). *Internacionalizacion de las Pymes: Analisis de recursos y capacidades internas mediante Logica difusa*. Tenologica de Antioquia Institucion Universitaria, Antioquia.
- Reyes, F. (2017). Desempeño del sector textil-confección informe. *Superintendencia de sociedades*, 31.
- Rodriguez, E. (2010). *Planificación, programación y control de la producción*. Carabobo, Venezuela.
- Rosas, A. (2016). La capacidad para exportar. *Finanzas Internacionales*, 25.
- SIICEX. (2012). *Herramientas de inteligencia comercial*. PROMPERÚ, Lima, Perú.
- Stefan, D. (2013). *Elaboracion de una Metodologia para medir la capacidad exportadora de las PYMES en Venezuela*. Universidad Metropolitana, Caracas.
- Sucso, G. (2016). *Factores Que Afectan En La Exportación De Las Empresas Del Sector Textil De La Región De Tacna Periodo 2013-2014*. Universidad privada de tacna facultad de ciencias empresariales escuela profesional de administracion de negocios internacionales, Tacna, Tacna.
- Terán, M., García, M., & Blanco, M. (2015). El entorno social como elemento a considerar para predecir la ciudadanización de los trabajadores dentro de la organización. *Ciudadanía Organizacional & Entorno Social*, 20.
- The economist. (2015). La empresa innovadora: cómo sacan las empresas multinacionales el máximo partido a su potencial creativo. *The Economist Intelligence Unit Limited* 2015, 42.
- Uma. (2015). Estrategia de internacionalización. *Vicerrectorado de comunicación y proyección internacional*, 25.
- Valdés, L. (2002). *La re-evolucion empresarial del siglo XXI* (primera ed.). Bogotá: Norma 2002.

Valero, M., Rodenes, M., & Rueda, E. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Lebret*, 21.

Vargas, E., & Hernandez, M. (2005). Importancia de la internacionalización de la empresa hotelera en el valle de Toluca. *Internacioanlizacion Hotelera*, 45-64.

Verduzco, G. T. (JULIO& JUNIO de 2018).

Vigier, H., Martinez, L., Guercio, B., & Corzo, L. (2016). La internacionalización de las PyMEs como factor explicativo del financiamiento externo. 21.

Whetten, D., & Cameron, K. (2005). *Desarrollo de habilidades directivas* (sexta ed.). (E. Quintamar, Ed.) Edo. Mexico, Mexico: Pearson Educación.